



MAGYAR AGRÁR- ÉS
ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

A 2023. és 2025. évi Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia összefoglalói

Gyöngyös, 2023. október 6–7. és 2025. október 2–3.

Absztraktkötet

Szerkesztette: Pallás Edit Ilona

2025



**A 2023. és 2025. évi
Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia
összefoglalói**

**A 2023. és 2025. évi
Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia
összefoglalói**

Absztraktkötet



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus
Gyöngyös, 2025**

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM VIDÉKFEJLESZTÉS
ÉS FENNTARTHATÓ GAZDASÁG INTÉZET
Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, Institute for Rural Development
and Sustainable Economy

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM KTK MARKETING ÉS TURIZMUS INTÉZET
University of Pécs, Faculty of Economics and Business Administration Institute of Marketing
and Tourism

Szerkesztő/Editor

Dr. Pallás Edit Ilona egyetemi docens, tanszékvezető
(MATE Károly Róbert Campus, Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet)

© Szerzők, 2026

Szerkesztés © Pallás Edit Ilona, 2026

A műre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik: CC-BY-NC-ND-4.0.



Kiadja/Published by

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus

Cím: 3200 Gyöngyös, Mátrai út 36.

Tel.: +36-37/518-300

Weblap: <https://karolyrobertcampus.uni-mate.hu>

Felelős kiadó: Dr. Bujdosó Zoltán, campus-főigazgató

Felelős szerkesztő: G. Szabó Sára

Műszaki és olvasószerkesztő/ Proof reader: Horváth Judit

ISBN 978 615 5969 08 9 (pdf)

III. NEMZETKÖZI VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA – 2023

'Az elmélet és a jó gyakorlat találkozása'

Gyöngyös, 2023. október 6–7.

III. INTERNATIONAL RURAL HERITAGE CONFERENCE – 2023

'The meeting of theory and good practice'

6–7 Oct, 2023 Gyöngyös, Hungary

V. VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA – 2025

'A vidéki turisztikai termékek kapcsolódási pontjai, szinergiája'

Gyöngyös, 2025. október 2–3.

V. RURAL HERITAGE CONFERENCE – 2025

'Connections and synergies between rural tourism products'

2–3 Oct, 2025 Gyöngyös, Hungary

TUDOMÁNYOS BIZOTTSÁG / SCIENTIFIC COMMITTEE

ELNÖK / CHAIRPERSON

Prof. Dr. habil. Bujdosó Zoltán

MATE, egyetemi tanár, intézetigazgató, campus-főigazgató

TÁRSELNÖK / CO-CHAIR

Dr. habil. Gonda Tibor

PTE, egyetemi docens

TAGOK / MEMBERS

Dr. Benkő Béla

Gyöngyös-Mátra Turisztikai Közhasznú Egyesület, elnök

Prof. Dr. Csapó János

PTE, egyetemi tanár

Dr. Kápolnai Zsombor

Mária-út koordinátor

Dr. Kovács Tibor

MATE, tudományos főmunkatárs

Nagyné Dr. habil. Molnár Melinda

MATE, egyetemi docens

Dr. Pallás Edit Ilona

MATE, egyetemi docens

Dr. Rátz Tamara
KJE, főiskolai tanár

Dr. Szabó Géza
PTE, egyetemi docens

Dr. Szilágyi Ferenc
Partium Egyetem, dékán

Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin
Debreceni Egyetem, adjunktus

SZERVEZŐBIZOTTSÁG / ORGANISING COMMITTEE

Bokrosné Baranyi Tímea
gazdasági jogi referens / Legal Secretary
infrastruktúra-üzemeltető / Infrastructure Operator

Futó Szilvia
MATE, intézeti referens

Galgócziné Szabó Zsófia
Mária-út koordinátor

Hammerné Sándor Krisztina
gazdasági ügyintéző / Finance Administrator

Nagy Réka Emese
PR- és kommunikációs ügyintéző / PR and Communications Administrator

Sándor Erika
MATE, intézeti referens

TITKÁR / SECRETARY
Kis-Füleki Viktória
nyelvvizsgaszervező

TÁMOGATÓK / SUPPORTERS
Gyöngyösi Felsőoktatásért Alapítvány
4 Évszak Mátra Kft.

SZPONZORAINK / SPONSORS
Barát Sajtóműhely
Dubicz Borászat
Őzsi Méz
Tündérnektár Manufaktúra

TARTALOM / CONTENT

Előszó	13
Preface	14
III. NEMZETKÖZI VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA – 2023	
III. INTERNATIONAL RURAL HERITAGE CONFERENCE – 2023.....	15
Bácskainé Pristyák Erika – Deák Attila – Liptákné Juhász Anikó	
A kerékpárosbarát fejlesztések hatása a Szatmár-Bereg turizmusára	
<i>The Impact of Cycling-Friendly Developments on Tourism in Szatmar-Bereg.....</i>	<i>17</i>
Bálint Csaba	
Értékek és örökség Hollókőn	
<i>Values and Heritage in Hollókő.....</i>	<i>19</i>
Benkő Béla	
A Mátra mint turisztikai termék	
<i>The Mátra as a Tourist Product</i>	<i>21</i>
Bogárdi Tünde	
A (belső) periféria turizmusa – lehetőségek és korlátok a Közép-Tisza-vidéken	
<i>Tourism in the (Inner) Periphery – Opportunities and Limitations in the</i>	
<i>Middle Tisza Region.....</i>	<i>23</i>
Csapó János	
Az okosturizmus és okos desztinációk potenciálja és lehetséges szerepe a hazai turisztikai folyamatokban	
<i>The Potential and Possible Role of Smart Tourism and Smart Destinations in</i>	
<i>Domestic Tourism Processes</i>	<i>25</i>
Demszky Alma	
Vendégtségben elődeinknél? A hagyományok és kulturális gyökerek keresése mint turisztikai motiváció	
<i>Visiting our Ancestors? The Search for Traditions and Cultural Roots as a</i>	
<i>Motivation for Tourism.....</i>	<i>27</i>
Dinya Anikó	
Tudatos kalandozások – a fenntartható aktív turizmus	
<i>Conscious Adventures - Sustainable Active Tourism.....</i>	<i>30</i>

Egri Zoltán

A hazai társadalmi-gazdasági perifériák tér-idő egyenlőtlenségei (1960–2020)
Spatial and Temporal Inequalities in Domestic Socio-economic Peripheries
(1960–2020) 33

Feketéné Benkó Kata – Szabó Lajos

A Palócföld kézműves- és agrártermékei, illetve azok kereskedelme
Palócföld Handicrafts and Agricultural Products, and Their Trade 35

Galgócziné Szabó Zsófia

A Mária Útban rejlő turisztikai értékek
Tourist Attractions Along the Mary's Route 37

Godáné Sőrés Anett – Suta Éva – Vargáné Csobán Katalin

A közösségek szerepe a vidéki örökségek megőrzésében
The Role of Communities in Preserving Rural Heritage 39

Gonda Tibor

„Lenni vagy nem lenni?” – A hazai borutak szerepe a bor- és gasztroturizmus
fejlesztésében
“To Be or Not To Be?” – The Role of Domestic Wine Routes in the Development
of Wine and Gastronomic Tourism 41

Gyurkó Béla

A hagyományos gasztronómiai értékek megjelenése turisztikai attrakciókban a
Mátraalján
The Appearance of Traditional Gastronomic Values in Tourist Attractions in the
Mátra Region 43

Kápolnai Zsombor

Kegyhelyek turisztikai célú vizsgálata a Mária Út mentén
Tourism-related Study of Places of Worship along the Marian Route 45

Kátai Balázs Elek

A mentális térképezés és az utcaképelemzés jelentősége a kortárs
falukutatásban Hollókő példáján keresztül
The Importance of Mental Mapping and Street Scene Analysis in Contemporary
Village Research, Using the Example of Hollókő 47

Koncz Gábor – Barna Róbert – Bazsik István – Farkas Tibor

A zártkertek földrajzi jellemzői és rekreációs szerepköre Vas vármegyében
The Geographical Characteristics and Recreational Role of Enclosed Gardens
in Vas County 49

Kovács Dezső

- 'Agroturizmus, merre vagy Magyarországon?'
'Agrotourism, Where in Hungary?' 51

Kovács Ernő – Lőke Zsuzsanna Katalin

- A lomizás mint a vidéki felemelkedés egyik lehetséges útja
Lomizás as One of the Possible Paths to Rural Uplift..... 54

Kovács Gyöngyi – Kerekesné Mayer Ágnes

- A sajtuturizmus aktuális kérdései
Current Issues in Cheese Tourism 57

Lőrincz Balázs

- Népesedési tendenciák a népszámlálási adatok tükrében Hollókő példáján keresztül
Population Trends Reflected in Census Data – the Case of Hollókő..... 60

Mezei Martin

- Élhető vidék – az életminőség vizsgálata falukutatói esettanulmányokon keresztül
Liveable Countryside – Examining Quality of Life through Village Research Case Studies 62

Nagy Alexandra

- Az átányi fiatalok megélhetési lehetőségei
Living Opportunities for Young People in Átány 64

Nagyné Molnár Melinda

- A haladás ára, avagy Hollókő pénzügyi kihívásai a működési célú bevételek és kiadások szemszögéből (2014–2022)
The Cost of Progress, or the Financial Challenges of Hollókő from the Perspective of Operating Revenues and Expenses (2014–2022)..... 66

Némediné Kollár Kitti – Urbánné Malomsoki Mónika

- A Szelidi-tó fenntartható turizmusának vidékfejlesztési aspektusai
Rural Development Aspects of Sustainable Tourism at Lake Szelidi 68

Pallás Edit Ilona

- A vidék élménye a borturizmusban
The Rural Experience in Wine Tourism 70

Rátz Tamara

- Vallási örökség fenntartható turisztikai hasznosításának kihívásai
Challenges of Sustainable Tourism Exploitation of Religious Heritage 71

Ritter Krisztián

Közösségi célú gazdálkodás és a települések fenntarthatósága – az Átány modell és a fenntartható településfejlesztés a falukutatások fényében
Community-based Management and the Sustainability of Settlements – the Átány model and Sustainable Settlement Development in the Light of Village Research.....73

Szabó Géza

Fejlődési pályák a hazai vidéki turizmusban
Development Trends in Domestic Rural Tourism.....75

Szilágyi Ferenc

A történeti közigazgatás hatása a térségi identitásra – Bihar megye példája
The Impact of Historical Administration on Regional Identity – the Case of Bihar County.....77

Tózsér Anett

A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában
The Role of Hungarian Cultural Heritage in Shaping the National Image.....79

Vargáné Csobán Katalin – Molnár Anna Erzsébet

Természeti és kulturális örökségértékek fenntartható hasznosítása a vidéki turizmusban
Sustainable Use of Natural and Cultural Heritage Values in Rural Tourism81

Vargáné Gálicz Ivett

„A Vértes fővárosa” mint a sikeres vidékfejlesztés mintapéldája”
“The Capital of Vértes” as an Example of Successful Regional Development83

V. VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA – 2025

V. RURAL HERITAGE CONFERENCE – 2025.....85

Bárdosné Kocsis Anna Éva

Aktív turizmus a Felső-Mátrában
Active Tourism in the Upper Mátra87

Benkő Béla

Aktív turizmus stratégiai tervezése
Strategic Planning for Active Tourism.....89

Demszky Alma

Lovas turizmus mint kulturális örökség továbbadásának lehetősége
Equestrian Tourism as a Means of Transmitting Cultural Tradition.....91

Dinya Anikó

A mátrai örökség – hogyan lehet fenntartható az örökség?

The Mátra Heritage – How Can the Heritage Be Preserved? 93

Domjánné Nyizsalovszki Rita

A vallási és zarándokturizmus, ezen belül a Mária-tisztelet mint a vidéki örökség kiemelkedő értéke Heves vármegyében

Religious And Pilgrimage Tourism, Including Marian Devotion, as an

Outstanding Value of Rural Heritage in Heves County..... 95

Gonda Tibor

A helyi termékek fogyasztási motivációjának lehetséges mérése

Measuring the Possible Motivation for Consuming Local Products 97

Gyurkó Ádám

A teljesítménytúrázás területi mintázatai és vidékfejlesztési szerepe

Magyarországon

Regional Patterns of Performance Tourism and its Role in Rural Development in

Hungary 99

Gyurkó Béla

A gasztronómiai trendek megjelenése a Mátra térségének hagyományos kínálatában

The Emergence of Gastronomic Trends in the Traditional Offerings of the

Mátra Region 101

Gyurkó Béla

Néptáncagyományaink megjelenése a vidéki turizmusban Heves vármegyében

The Appearance of our Folk Dance Traditions in Rural Tourism in

Heves County 103

Herbály Katalin – Kőszegi Irén Rita

Tanórán kívüli lehetőségek a vidéki örökség megőrzésére

Extracurricular Opportunities for Preserving Rural Heritage..... 105

Hovanecz-Sándor Viktória – Kerekesné Mayer Ágnes – Kovács Gyöngyi

Új ízek és élmények nyomában – baby leafek és ehető virágok fogyasztói megítélése

In Search of New Flavors and Experiences – Consumer Perception of Baby Leaves

and Edible Flowers 107

Kápolnai Zsombor

A Mária Út mint Európa potenciális kulturális útvonala

The Way of St. Mary as a Potential Cultural Route in Europe 109

Kovács Tibor

Kisújszállás kulturális alapú turisztikai potenciáljának vizsgálata

Examination of the Cultural Tourism Potential of Kisújszállás 111

Kulcsár Noémi – Behringer Zsuzsanna – Petrik Anna

Szálláshelyek szolgáltatás-kommunikációja és a vidéki élmény dimenzióinak megjelenése a falusi turizmusban Magyarországon

Accommodation Service Communication and the Appearance of Rural

Experience Dimensions in Rural Tourism in Hungary..... 113

Lenkovics Beatrix – Soós Gabriella – Lugasi Andrea

Borfogyasztási attitűdök a hazai fogyasztók körében

Wine Consumption Attitudes among Domestic Consumers 115

Nagyné Molnár Melinda – Lőrincz Balázs – Bogárdi Tünde

Az örökségvédelem társadalmi kihívásai Hollókő példáján

The Social Challenges of Heritage Protection – the Example of Hollókő 118

Némediné Kollár Kitti – Urbánné Malomsoki Mónika – Urbán Anna

A hungarikumok vidékfejlesztési hatásainak vizsgálata az egyetemi oktatásban

Examining the Impact of Hungarian Specialities on Regional Development in

University Education 120

Pallás Edit Ilona

A „Great Wine Capitals Hálózat” – Magyarország esélyei a bekerülésre

The Great Wine Capitals System – Hungary’s Chances of Joining 123

Raffay Zoltán

Aktív turisztikai termékek akadálymentesítése – a vidéki térségek lehetőségei

Making Active Tourism Products Accessible – Opportunities in Rural Areas..... 125

Rátz Tamara

Vidéki értékek megjelenítése az Expo 2025 nemzeti pavilonjai által közvetített desztináció imázsban

Showcasing Rural Values in the Destination Image Conveyed by the national

Pavilions at Expo 2025..... 127

Szabó Gábor – Koncz Gábor

A kulturális örökség szerepe Bodony község falusi turizmusában
The Role of Cultural Heritage in Rural Tourism in the Municipality of Bodony..... 129

Szabó Géza

Közösségi bormárkák fejlesztése borvidégeinken
Development of Community Wine Brands in our Wine Regions 131

Szanati Angéla - Lukács Gábor

Fenntartható örökségturizmus – egyetemi fejlesztésből emlékhely
Sustainable Heritage Tourism – from University Development to Memorial Site 133

Szecsei Blanka

Kínai vidéki turizmus a gyors modernizáció korában
Rural Tourism in China in the Age of Rapid Modernization 135

Szecsei Georgina

Turisztikai megújulás – a Santa Maria del Piano apátság újrahasznosítási terve
Tourism Renewal – the Reuse Plan for the Abbey of Santa Maria del Piano 137

Szilágyi Ferenc

Új vidéki desztinációk a Partiumban a multikrízis korszakában
New Rural Destinations in Partium in the Era of Multiple Crises..... 139

Tari Tünde

Múlt és jövő találkozása a Bari Tanyán
The Past and the Future Meet at the Bari Farm 141

Udvariné Szablics Mária – Lőke Zsuzsanna – Kovács Ernő

A Badacsony, Dél-Balatoni Borút és a Balaton turizmusának szinergiája
The Synergy between the Badacsony and South Balaton Wine Routes and Tourism in the Balaton Region 143

Vargáné Csobán Katalin

„Nyaralás vidéken” – termékfejlesztési trendek a nemzetközi gyakorlatban
“Holidays in the Countryside” – Product Development Trends in International Practice 145

Várhelyi Tamás

A bor- és gasztroturizmus trendjei a világon és a magyar vidéken
Wine and Gastronomy Tourism Trends around the World and in Hungary..... 147

Vincze Barbara

Az örökség jelentősége a testvértelepülési kapcsolatokban Nagyfödemes és Jánossomorja példáján

The Importance of Heritage in Twin Town Relationships – the Examples of Nagyfödemes and Jánossomorja 149

Vincze Zsolt

A horgászturizmus fejlesztése a Szajoli-Holt-Tiszán

Development of Fishing Tourism on the Dead Tisza in Szajol 151

ELŐSZÓ

A nemzetek fennmaradása nem csupán gazdasági, politikai vagy technológiai teljesítményükön múlik, hanem azon a szellemi és kulturális örökségen is, amelyet képesek megőrizni és továbbadni. Ezen örökség egyik legfontosabb hordozója a vidék: az a tér, ahol a hagyományok nem elvont fogalomként léteznek, hanem a mindennapi élet természetes részeként élnek tovább. A vidéki közösségek évszázadokon átívelően őrizték meg mindazt a tudást, értékrendet és életformát, amely egy nemzet önazonosságának alapját képezi.

A vidéki örökség magában foglalja az épített környezetet, a tájhasználat bölcsességét, a kézműves hagyományokat, a nyelvi sajátosságokat, valamint azokat a közösségi szokásokat és erkölcsi mintákat, amelyek generációról generációra öröklődnek. Ezek az értékek nem pusztán a múlt emlékei, hanem a jövő erőforrásai is. Megőrzésük nem nosztalgikus törekvés, hanem tudatos nemzetstratégiai feladat, amely hozzájárul a közösségi kohézió erősítéséhez és a kulturális folytonosság fenntartásához.

A III. Nemzetközi Vidéki Örökség és az V. Vidéki Örökség konferenciának egyaránt az a célja, hogy teret adjon a párbeszédnek, az együtt gondolkodásnak és a felelősségvállalásnak. Feladatunk felismerni, hogy a vidéki örökség ápolása nem kizárólag a helyi közösségek ügye, hanem közös nemzeti érdek. Csak akkor biztosíthatjuk értékeink fennmaradását, ha azokat gondosan megőrizzük, élővé tesszük, és hitelesen adjuk tovább a jövő generációk számára. Ez a folytonosság adja meg egy nemzet valódi erejét és tartását az idő változó körülményei között.

PREFACE

The survival of nations depends not only on their economic, political, or technological performance, but also on the intellectual and cultural heritage they are able to preserve and pass on. One of the most important carriers of this heritage is the countryside: the place where traditions do not exist as abstract concepts, but live on as a natural part of everyday life. For centuries, rural communities have preserved the knowledge, values, and way of life that form the basis of a nation's identity.

Rural heritage encompasses the built environment, the wisdom of land use, craft traditions, linguistic characteristics, and the community customs and moral patterns that are passed down from generation to generation. These values are not merely memories of the past, but also resources for the future. Preserving them is not a nostalgic endeavor, but a conscious national strategic task that contributes to strengthening community cohesion and maintaining cultural continuity.

The aim of both the Third International Rural Heritage Conference and the Fifth Rural Heritage Conference is to provide a forum for dialogue, joint reflection, and responsibility. It is our task to recognize that the preservation of rural heritage is not only a matter for local communities, but also a common national interest. We can only ensure the survival of our values if we carefully preserve them, bring them to life, and pass them on authentically to future generations. It is this continuity that gives a nation its true strength and resilience in changing circumstances.

**III. NEMZETKÖZI VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA
2023**

'Az elmélet és a jó gyakorlat találkozása'

Gyöngyös, 2023. október 6–7.

**III. INTERNATIONAL RURAL HERITAGE CONFERENCE
2023**

'The meeting of theory and good practice'

6–7 Oct, 2023 Gyöngyös, Hungary

Plenáris előadók:

Dr. Benkő Béla, Gyöngyös-Mátra Turisztikai Közhasznú Egyesület

Dr Csapó János, PTE

Dr. Szabó Géza, PTE

A KERÉKPÁROSBARÁT FEJLESZTÉSEK HATÁSA A SZATMÁR-BEREG TURIZMUSÁRA

THE IMPACT OF CYCLING-FRIENDLY DEVELOPMENTS ON TOURISM IN SZATMAR-BEREG

Bácskainé Pristyák Erika – Deák Attila – Liptákné Juhász Anikó

A napjainkban zajló kerékpárosbarát fejlesztéseknek (kerékpárutak, kerékpározható töltesek, kerékpárosbarát szállások, mint például Gergelyiugornya, Csengersima) kialakításának és útvonalak kijelölésének köszönhetően (a terepen táblákkal történő ellátás, a digitális világban letölthető útvonalak, információk, ismertetőik) egyre többen érkeznek a térségünkbe is. A Szatmár-Bereg elsősorban víziturizmussal, falusi turizmussal és kellemes vidéki kisvárosokkal várja a vendégeit immár évtizedek óta, ahova elsősorban a második, harmadik nyaralásukat töltő családok, fiatalok érkeznek. Ez egyrészt a vándortáborok hatásának és a visszatérő vendégeknek is köszönhető. Az „építkezés” elengedhetetlen része szoftelemként a szakmai és civil alapú túraszervezés, például örökségtúrák szervezése (Árpád-kori templomok, haranglábak, ipar- és irodalomtörténeti emlékek felkeresése emellett a természeti értékek bemutatása), az árvízvédelmi fejlesztések megismertetése. A slow tourism elmélete térségünkben turizmus és vidékfejlesztési gyakorlattá vált, komplexitása révén jelenleg tavasztól ősziig tartó, akár feledhetetlen felső-Tisza-vidéki utazások színterévé.

Kulcsszavak: kerékpárosbarát fejlesztés, slow turizmus

JEL kód: Z32

Thanks to the current cycle-friendly developments (cycle paths, cycle charging facilities, cycle-friendly accommodation such as Gergelyiugornya, Csengersima) and the marking of routes (signposting on the ground, downloadable routes, information, brochures in the digital world), more and more cyclists are coming to our region. For decades now, Satu Mare – Bereg has been attracting mainly water tourism, rural tourism and pleasant small rural towns, mainly families and young people on their second or third holiday. This is partly due to the impact of the travelling camps and partly to the returning guests. An

essential part of the "building process" is the organisation of professional and NGO-based tours, such as heritage tours (visiting Árpád-era churches, bell towers, industrial and literary monuments, and natural sites) and information on flood protection developments. The theory of slow-tourism has become a tourism and rural development practice in our region, and its complexity now makes it the setting for unforgettable trips to the Upper-Tisza countryside from spring to autumn.

Keywords: cyclist-friendly development, slow tourism

JEL code: Z32

Szerzők:

Bácskainé Dr. Pristyák Erika

főiskolai docens

Nyíregyházi Egyetem Környezet-és Természettudományi Intézet Földrajz- és Turizmus Intézeti Tanszék Bessenyei György Pedagógusképző Központ
pristyak.erika@nye.hu

Deák Attila

történész, túravezető

Középkori Templomok Útja Egyesület
deakattila83@gmail.com

Liptákné Juhász Anikó

turisztikai szakértő

Vásárosnamény Tourinform Iroda
liptakne@vasarosnameny.hu

ÉRTÉKEK ÉS ÖRÖKSÉG HOLLÓKÓN

VALUES AND HERITAGE IN HOLLÓKÓ

Bálint Csaba

A tanulmány célja Hollókó társadalmi-kulturális, építészeti és táji-természeti értékeinek strukturált feltérképezése, az értékek megőrzésére tett intézkedések, kezdeményezések feltárása, és a nevezett értékeknek a helyiek megtartására, identitásképzésére, viszonyulására gyakorolt hatásainak azonosítása. A kutatási kérdések a következők: hogyan definiálhatók és kategorizálhatók Hollókó társadalmi-kulturális, építészeti és táji-természeti értékei; hogyan hasznosulnak a helyi közösségben és a helyi gazdaságban ezek az értékek? Milyen tevékenységek irányulnak az értékek megőrzésére, kik által és milyen (nem csak pénzügyi) erőforrások bevonásával? Milyen külső tényezők mozdítják elő vagy veszélyeztetik az értékeket, illetve azok megőrzését? Hogyan viszonyulnak a helyiek egyes csoportjai az egyes értékekhez; hogyan ítélik meg az értékmegőrzésre tett erőfeszítéseket, illetve maguk mennyire, milyen módon vonódnak be abba?

Kulcsszavak: Hollókó, társadalmi-kulturális értékek, építészeti és táji-természeti értékek

JEL kód: Z39

The aim of this study is to map the socio-cultural, architectural and landscape-natural values of Hollókó in a structured way, to identify the measures and initiatives taken to preserve these values, and to identify the effects of these values on the preservation, identity formation and attitudes of the local people. The research questions are: How can the socio-cultural, architectural and landscape-natural values of Hollókó be defined and categorised; how are these values utilised in the local community and local economy? What activities are being undertaken to preserve these values, by whom and with what (not only financial) resources? What external factors promote or threaten the values and their conservation? How do different groups of local people relate to the values; how do they perceive the efforts to preserve the values and how much and in what ways are they involved?

Keywords: Hollókő, socio-cultural values, architectural and landscape-natural values

JEL code: Z39

Szerző

Dr. Bálint Csaba

kutató

AKI Fenntarthatósági Kutatások Igazgatósága;

adjunktus

Budapesti Corvinus Egyetem Fenntartható Fejlődés Intézet

Agrárgazdaság Tanszék

csaba.balint@uni-corvinus.hu

A MÁTRA MINT TURISZTIKAI TERMÉK

THE MÁTRA AS A TOURIST PRODUCT

Benkő Béla

A vidéki természeti értékek hasznosítása egyre inkább előtérbe kerül nem csupán aktív, hanem passzív turisztikai termék tekintetében is. A teljesség igénye nélkül a természetjárás, vasalt utak, zarándokutak, evezések, kerékpározás és a kéktúrázás mellett a rohanó világban egyre nagyobb szerep jut a „slow tourism”-nak, a vidéki feltöltődésnek, a természeti környezetben történő pihenésnek. Alapvető cél a fenntarthatóság, a természeti értékek, illetve a környezeti adottságok olyan jellegű hasznosítása, mely lételemének tekinti ezen értékek megőrzését. A Mátra a magyar lakosság körében népszerű turisztikai desztináció, mely kiváló természeti adottságaival, sokrétű szolgáltatásaival több célcsoport számára is megfelelő ajánlatokat tud kínálni.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, fenntartható desztinációfejlesztés, Mátra térség
JEL kód: Z32

The utilization of rural natural resources is becoming increasingly important, not only in terms of active tourism, but also passive tourism products. Without claiming to be exhaustive, in addition to nature walks, iron roads, pilgrimage routes, rowing, cycling, and blue trails, "slow tourism", rural rejuvenation, and relaxation in natural surroundings are playing an increasingly important role in our fast-paced world. The fundamental goal is sustainability, the utilization of natural values and environmental conditions in a way that considers the preservation of these values to be essential. The Mátra is a popular tourist destination among the Hungarian population, offering excellent natural conditions and a wide range of services suitable for multiple target groups.

Keywords: rural tourism, sustainable destination development, Mátra
JEL code: Z32

Szerző

Dr. Benkő Béla

elnök

Gyöngyös-Mátra Turisztikai Közhasznú Egyesület

A (BELSŐ) PERIFÉRIA TURIZMUSA – LEHETŐSÉGEK ÉS KORLÁTOK A KÖZÉP-TISZA-VIDÉKEN

TOURISM IN THE (INNER) PERIPHERY – OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS ON THE MIDDLE TISZA REGION

Bogárdi Tünde

Tudnak-e profitálni a magyarországi perifériális térségek a turizmusból, és tudnak-e élni mindezzel a hátrányos helyzetű térségek helyi társadalmi? Előadásom során vizsgálom egyrészt azt, hogy – az MRTT Faluszemináriumi Kutatóműhelyének 2014. és 2022. évi lakossági kérdőíves felmérése alapján – Átány lakossága mennyire látja úgy, hogy a település jövője a turizmusban van (belső imázs). E kutatási mintahely választását indokolja, hogy a Tisza-tavi régióhoz szorosan kapcsolódik, és voltak/vannak turizmusfejlesztési törekvések (főként a hagyományos paraszti társadalomra alapozva). Másrészt pedig – mindezt kiegészíti – egy általam készített online kérdőíves felmérés, melynek eredményei alapján bemutatom, hogy a potenciális vendégkör mennyire tartja vonzó turisztikai célpontnak (vagy épp miért nem tartja annak) a hátrányos helyzetű térségeket, kiemelten a Tisza-tó környékét (külső imázs).

Kulcsszavak: periféria, Közép-Tisza-vidék, turizmus, belső és külső imázs

JEL kód: Z32

Can the peripheral regions of Hungary benefit from tourism, and can the local communities of disadvantaged areas take advantage of it? In my presentation, I examine, on one hand, the extent to which the population of Átány sees the future of the settlement in tourism (internal image), based on the surveys conducted by the MRTT Village Seminar Research Workshop in 2014 and 2022. The choice of this research sample is justified by its close connection to the Tisza Lake region and past/present tourism development efforts (particularly related to the traditional peasant society). On the other hand, I complement this with an online questionnaire survey conducted by myself, through which I present how the potential target audience perceives the disadvantaged regions as attractive

tourist destinations (or why not), with a particular focus on the area around Lake Tisza (external image).

Keywords: periphery, Middle Tisza Region, tourism, internal and external image

JEL code: Z32

Szerző

Dr. Bogárdi Tünde

adjunktus

Eszterházy Károly Egyetem Társadalomtudományi Intézet

Társadalomismereti Tanszék

bogardi.tunde@uni-eszterhazy.hu

AZ OKOSTURIZMUS ÉS OKOS DESZTINÁCIÓK POTENCIÁLJA ÉS LEHETSÉGES SZEREPE A HAZAI TURISZTIKAI FOLYAMATOKBAN

THE POTENTIAL AND POSSIBLE ROLE OF SMART TOURISM AND SMART DESTINATION IN DOMESTIC TOURISM PROCESSES

Csapó János

Az okosturizmus (smart tourism) korunk turizmusfejlesztésének egyik legújabb és leginnovatívabb iránya, melynek külföldi – nemzetközi tekintetben is kiemelt turisztikai desztinációkban történő – kialakítása már számos helyen – de ott sem feltétlenül átfogóan – elindult, hazai kialakítása, beágyazottsága azonban még csak említés szintjén érhető tetten. Ennek egyik pillére természetesen a hazai kutatók kezdeti munkái kapcsán detektálható (Bujdosó Z. – Karosi D. 2019, Jandala Cs. 2019, Sziva I. – Molnár-Csomós I. 2018). A másik fő irány pedig a Magyar Turisztikai Ügynökség által is 2021-ben felismert, adatvezérelt turizmus és egyben ágazatirányítás kiépítésének elkezdése (<https://mtu.gov.hu/cikkek/a-jov-az-adatvezereelt-agazatiranyitase-2389>). Véleményünk szerint mivel az okosturizmus végső célja az erőforrás-gazdálkodás hatékonyságának javítása, a digitalizáció növelése (amelyben hazánk turizmusa komoly lemaradást mutat), a versenyképesség maximalizálása és a fenntarthatóság fokozása a technológiai innovációk és gyakorlatok alkalmazásával, így ezen terület kutatásának fontossága és értéke a turizmus innovatív fejlesztése kapcsán megkérdőjelezhetetlen, és nem melleleg teljes mértékben összhangban áll az EU turizmuspolitikájával is. Az előadás a fent vázolt témakörök megismerését és megértését igyekszik elősegíteni.

Kulcsszavak: okosturizmus, okos desztináció, digitalizáció, technológiai innováció

JEL kód: Z32

Smart tourism is one of the newest and most innovative trends in tourism development today. Its development in foreign countries—particularly in prominent international tourist destinations—has already begun in many places, though

not necessarily comprehensively. However, its development in Hungary is still only at the mention stage. One of its pillars can, of course, be detected in the initial work of domestic researchers (Bujdosó Z. – Karosi D. 2019, Jandala Cs. 2019, Sziva I. – Molnár-Csomós I. 2018). The other main direction is the development of data-driven tourism and sector management, which was also recognized by the Hungarian Tourism Agency in 2021 (<https://mtu.gov.hu/cikkek/a-jov-az-adatvezerelt-agazatiranyitase-2389>). In our opinion, since the ultimate goal of smart tourism is to improve the efficiency of resource management, increase digitalization (in which Hungary's tourism sector lags significantly behind), maximizing competitiveness, and enhancing sustainability through the application of technological innovations and practices, the importance and value of research in this area in relation to the innovative development of tourism is unquestionable and, incidentally, fully in line with EU tourism policy. The presentation aims to promote awareness and understanding of the topics outlined above.

Keywords: smart tourism, smart destination, digitalization, technological innovation

JEL code: Z32

Szerző

Dr. Csapó János

egyetemi tanár

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing

és Turizmus Intézet

csapo.janos@ktk.pte.hu

VENDÉGSÉGBEN ELŐDEINKNÉL? A HAGYOMÁNYOK ÉS KULTURÁLIS GYÖKEREK KERESÉSE MINT TURISZTIKAI MOTIVÁCIÓ

VISITING OUR ANCESTORS? THE SEARCH FOR TRADITIONS AND CULTURAL ROOTS AS A MOTIVATION FOR TOURISM

Demszky Alma

Egy utazás szervezésénél és lebonyolításánál számtalan motiváció hajthat minket. Szeretnénk kikapcsolódni, kilépni a megszokottból és új világokat felfedezni, sportolni, vagy épp az ellenkezője – végre nem csinálni semmit és lustálkodni. A motiváció megismerése és pontos beazonosítása a turisztikai desztinációk sikerének egyik kulcsa. Akkor tud egy helyszín megfelelő célközönségre találni, megfelelő számú és háttérű látogatót bevonni, majd ezeket a látogatókat az elvárt szinten szórakoztatni, ha a helyszín kínálata és a látogató kívánságai minél nagyobb arányban fedik egymást. Az individualizáció előrehaladtával az utazásban keresett élvezetek variációja is exponenciálisan megnőtt. Az utazás a világgal együtt kinyílt: virtuálisan bejárhatunk szinte mindent, riportokat, beszámolókat nézhetünk meg, számtalan helyet megismerünk, ahol igazából még nem is jártunk. A kitáruló lehetőségek nemcsak megnövelik az elvárásokat, hanem individuálisabbá is teszik őket. Egyre nehezebb olyan turisztikai szolgáltatásokat tervezni, amelyek „minden” elvárásnak megfelelnek – vagy fordítva, pont avval riaszthatjuk el a célközönséget, ha mindenkinek meg akarunk felelni. A tömegturizmust egyre inkább leváltja a szubkultúrákra, egyéni igényekre szabott turizmus. Minden szolgáltatónak meg kell ismernie, hogy célközönsége milyen életérzést, élményeket, benyomásokat szeretne megélni utazása során. Az utazás nemcsak térben zajlik, hanem egy belső utazás is, mely során az egyén új szellemi tartományokba is szeretne eljutni. Az egyik ilyen alternatív motiváció a hagyományok keresése, felkutatása. Mivel még csak térben tudunk utazni, nem időben, ezért a múltunk megismeréséhez gyakran annak helyszíneit keressük fel. Lehet szó egy család eredetéről, családi sírok felkutatásáról, Magyarország külföldre szakadt területeinek felkereséséről, rokon népek meglátogatásáról, néphagyományokat őrző térségek vagy népcsoportok

felfedezéséről. A közös múlt keresése mint turisztikai desztinációs faktor nem elhanyagolandó területe különösen a belföldi turizmus lehetőségeinek. Érdeemes több energiát fektetni a vendégek motivációinak beazonosításába, hogy egy mélyebb élményt tudjunk nyújtani, és a helyszín ne ragadjon meg a felületes folklór élmények tálalásának szintjén.

Kulcsszavak: turisztikai motiváció, egyéni igényekre szabott turizmus, a múlt helyszíneinek felkeresése

JEL kód: P25, Q26

When planning and organizing a trip, we may be driven by countless motivations. We may want to relax, escape from our daily routine and discover new worlds, play sports, or, on the contrary, do nothing and just laze around. Understanding and accurately identifying motivation is one of the keys to the success of tourist destinations. A location can only find the right target audience, attract the right number of visitors with the right background, and then entertain these visitors at the expected level if the location's offerings and the visitors' wishes coincide as much as possible. With the advance of individualization, the variety of experiences sought during travel has also grown exponentially. Travel has opened up the world: we can see practically anything, watch reports and reviews, and learn about countless places we have never been to. The opportunities that are opening up not only raise expectations, but also make them more individual. It is becoming increasingly difficult to design tourism services that meet "all" expectations—or, conversely, we may alienate our target audience if we try to please everyone. Mass tourism is increasingly being replaced by tourism tailored to subcultures and individual needs. Every service provider must understand what kind of lifestyle, experiences, and impressions their target audience wants to experience during their trip. Travel is not only a physical journey, but also an inner journey, during which individuals want to reach new spiritual realms. One such alternative motivation is the search for and exploration of traditions. Since we can only travel in space, not in time, we often visit places to learn about our past. This may involve researching a family's origins, locating family graves, visiting areas of Hungary that have been lost to foreign countries, visiting related peoples, or visiting regions or ethnic groups that preserve folk traditions. The search for a shared past is an important factor in tourism, especially in terms of domestic tourism. It is worth investing more

energy in identifying guests' motivations so that we can offer a deeper experience and the location does not remain at the level of offering superficial folklore experiences.

Keywords: tourism motivation, tourism tailored to individual needs, visiting historical sites

JEL code: P25, Q26

Szerző

Dr. habil Demszky Alma

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és

Fenntartható Gazdaság Intézet Humántudományi és Szakképzési Tanszék

demszky.alma.mira@uni-mate.hu

TUDATOS KALANDOZÁSOK – A FENNTARTHATÓ AKTÍV TURIZMUS

CONSCIOUS ADVENTURES – SUSTAINABLE ACTIVE TOURISM

Dinya Anikó

Az aktív turizmus egyik meghatározó erőforrása a természeti környezet, amely egyben sérülékeny ökológiai rendszer is. Ebből következően a fenntarthatóság nem periférikus, hanem strukturális jelentőségű kérdés az aktív turisztikai termékek értelmezésében és fejlesztésében. Az előadás célja az aktív turizmus és a fenntarthatóság közötti kapcsolódási pontok feltárása, különös tekintettel a definíciós eltérésekre, a motivációs megközelítésekre és a használat-túlhasználat dilemmájára.

A nemzetközi szakirodalom az aktív turizmust gyakran a természeti, kaland- és kulturális turizmus metszetében értelmezi, hangsúlyozva az aktív részvétel, a tanulás és az élményszerű bevonódás szerepét (pl. adventure tourism diskurzus). A hazai szakpolitikai megközelítés ezzel szemben elsősorban a keresleti oldal, a fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sportmotiváció felől definiál. Az előadás rámutat arra, hogy a fogalmi keretek átfedései és elmosódó határai – az aktív, öko-, slow-, falusi, illetve kalandturizmus között – szükségessé teszik a fenntarthatósági dimenzió tudatossági szint szerinti értelmezését.

Esetpéldákon keresztül bemutatásra kerül a „soft” és „hard” aktivitások eltérő környezeti terhelése, valamint a turisztikai élmény és az ökológiai kapacitás közötti feszültség. A vizsgálat kitér arra is, hogy a fenntarthatóság iránt elkötelezett utazói szegmens és az aktív turizmus iránt érdeklődők milyen metszéspontot alkotnak a keresleti oldalon.

Az előadás amellet érvel, hogy a fenntarthatóság integrálása nem kizárólag szabályozási vagy CSR-kérdés, hanem stratégiai versenyképességi tényező. A „best practice” megközelítés helyett a kontextusérzékeny „good practice” alkalmazása, a látogatók észrevétlen edukációja, valamint a fenntarthatóság élménykomponenssé alakítása jelentheti az aktív turizmus jövőbeni fejlődési irányát.

Kulcsszavak: aktív turizmus, fenntarthatóság, ökoturizmus, kalandturizmus, turisztikai motiváció, tudatossági szint, soft és hard aktivitások, felelős utazás, élménygazdaság

JEL kód: Z39

One of the defining resources of active tourism is the natural environment, which is also a vulnerable ecological system. Consequently, sustainability is not a peripheral but a structurally significant issue in the interpretation and development of active tourism products. The aim of the presentation is to explore the connections between active tourism and sustainability, with particular regard to definitional differences, motivational approaches and the dilemma of use-overuse.

International literature often interprets active tourism at the intersection of nature, adventure and cultural tourism, emphasizing the role of active participation, learning and experiential involvement (e.g. adventure tourism discourse). The domestic policy approach, on the other hand, defines it primarily from the demand side, from the perspective of leisure or sports motivation requiring physical activity. The presentation highlights that the overlaps and blurring of conceptual frameworks – between active, eco-, slow, rural and adventure tourism – necessitate the interpretation of the sustainability dimension according to the level of awareness.

Case studies will be used to illustrate the different environmental impacts of "soft" and "hard" activities, as well as the tension between the tourist experience and ecological capacity. The study will also address the intersection of the sustainable travel segment and those interested in active tourism on the demand side.

The presentation argues that integrating sustainability is not only a regulatory or CSR issue, but also a strategic competitiveness factor. Instead of a "best practice" approach, the application of context-sensitive "good practice", the unobtrusive education of visitors and the transformation of sustainability into an experiential component may represent the future development direction of active tourism

Keywords: active tourism, sustainability, ecotourism, adventure tourism, tourism motivation, awareness level, soft and hard activities, responsible travel, experience economy

JEL code: Z39

Szerző

Dinya Anikó

egyetemi tanársegéd

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Turizmus-vendéglátás Tanszék

klausmann-dinya.aniko@uni-mate.hu

A HAZAI TÁRSADALMI-GAZDASÁGI PERIFÉRIÁK TÉR- IDŐ EGYENLŐTLENSÉGEI (1960–2020)

SPATIAL AND TEMPORAL INEQUALITIES IN DOMESTIC SOCIO-ECONOMIC PERIPHERIES (1960–2020)

Egri Zoltán

Előadásunk központi hipotézise szerint a szocialista és poszt-szocialista hazai elmaradottsági térszerkezet perzisztenciája időtálló jelenség. A kutatás célja, hogy a társadalmi-gazdasági periferizáltság tartósságát befolyásoló tényezőket beazonosítsa, valamint az elmaradottsági térszerkezet térbeli és időbeli stabilitását ismertesse. A prezentáció bemutatja a perifériára való bezáródás főbb folyamatait a vizsgált időszakban, majd a fenti célokhoz kapcsolódó kutatási kérdéseket fogalmazza meg. A válaszokat jellemzően kvantitatív metódusok, részben magyarázó modellek (ordinális logisztikus regresszió), illetve a feltáró tér-idő adat-elemzési módszerek (ESTDA) segítségével adjuk meg. A települések elmaradottsági pályáit magyarázó modellek megerősítik a kumulatív folyamatokon alapuló útfüggőséget, illetve rámutatnak a városhálózat bizonyos periférikus nagyterületekben jellemző tartós strukturális gyengeségeire. A térbeli és időbeli elemzésekkel többsebességű perifériák határozhatók le, amelyek a körkörös kumulatív folyamatok (ördögi körök) térben heterogén és szignifikáns jelenlétét igazolják. A prezentáció alapvetően a helyfüggő fejlesztési javaslatok szükségességét alapozza meg, ehhez az állami és egyéb (szupranacionális) szintek beavatkozásainak helyreszabása indokolt.

Kulcsszavak: elmaradottsági térszerkezet, strukturális gyengeségek

JEL kód: R10, R11, R58

According to the central hypothesis of our presentation, the persistence of the spatial structure of socialist and post-socialist domestic backwardness is a timeless phenomenon. The aim of the research is to identify the factors influencing the persistence of socio-economic peripheralization, as well as to describe the spatial and temporal stability of the spatial structure of underdevelopment. The presentation presents the main processes of the "locked in on the peripheral

path" in the examined period, and then formulates research questions related to the above objectives. The answers are typically provided using quantitative methods, partially explanatory models (ordinal logistic regression), and exploratory space-time data analysis methods (ESTDA). The models explaining the backwardness trajectories of the settlements confirm the path dependence based on cumulative processes, and point to the permanent structural weaknesses of the urban network in certain peripheral large areas. Multi-speed peripheries can be delineated with spatial and temporal analyses, which prove the spatially heterogeneous and significant presence of circular cumulative processes (vicious circles). The presentation basically establishes the need for location-based development proposals, for which the correction of interventions at the state and other (supranational) levels is justified.

Keywords: underdeveloped spatial structure, structural weaknesses

JEL code: R10, R11, R58

Szerző

Dr. Egri Zoltán

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

A PALÓCFÖLD KÉZMŰVES- ÉS AGRÁRTERMÉKEI, ILLETVE AZOK KERESKEDELME

HANDICRAFT AND AGRICULTURAL PRODUCTS OF PALÓCFÖLD AND THEIR TRADE

Feketéné Benkó Kata – Szabó Lajos

A vendéglátás a turizmus elválaszthatatlan része, bár hosszú időn keresztül csak másodlagos szerepet kapott, mindig is jelen volt az ember természetéből adódó kíváncsisága arra, hogy idegen ízelet érezzen, vagy a „hagyományos gyerekkori” ételeket újra megkóstolja. A gasztroturizmus a vidék felértékelődéséhez járul hozzá a természet közelségével, amely különböző aktivitási lehetőségeket biztosít, valamint a vidéki lét tárgyi és kulturális hagyományai kiegészülnek a családi hangulattal. A nemzeti gasztronómia piacképességének egyik fontos eszköze a gasztronómiai rendezvények szervezése, amelyben Nógrád vármegye is bővelkedik. Nógrád vármegye értéktárában közel száz „Nógrádikum” található, amelyek közül számos – közvetve vagy közvetlenül – a helyi sajátos ételkülönlegességeket mutatja be.

A régióra jellemző a krumpli és tészta alapú ételkülönlegességek megjelenése, a keveredő magyar és szlovák ízek sajátos világa.

Nógrád vármegye elaprózott településhálózatának a gasztroturizmus az egyik lehetséges kitörési pontja, amely a vidék gazdaságára is kedvező hatással van, a helyi termékek széleskörű megismertetése az élelmiszerrendszer felfuttatásához járulhat hozzá, ezáltal a mezőgazdaság erősítését, a vidék népességmegtartó erejét segíti, továbbá a fenntartható szemlélet kialakításának új aspektusát tárja fel.

Kulcsszavak: városi, vidéki, regionális és közlekedési elemzés, gasztroturizmus
JEL kód: O18, R14

Hospitality is an integral part of tourism. Although it has long been considered secondary, people have always been curious to try new flavors or rediscover the "traditional" foods of their childhood. Gastronomic tourism contributes to the appreciation of the countryside through its proximity to nature, which offers a

variety of activities, and the material and cultural traditions of rural life are complemented by a family atmosphere. One important tool for the marketability of national gastronomy is gastronomic events, which are abundant in Nógrád County. The treasure trove of Nógrád County contains nearly a hundred "Nógrádikum" items, many of which directly or indirectly showcase local culinary specialties.

The region is characterized by potato and pasta-based specialties, a unique blend of Hungarian and Slovak flavors.

Gastronomic tourism is one of the possible breakthrough points for the fragmented settlement network of Nógrád County, which also has a positive impact on the rural economy. The widespread promotion of local products can contribute to the development of the food system, thereby helping to strengthen agriculture, retain the rural population, and reveal new aspects of sustainable thinking.

Keywords: urban, rural, regional, and transport analysis, gastronomic tourism
JEL code: O18, R14

Szerzők

Feketéné Benkó Kata

Phd hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális
Tudományok Doktori Iskola

dr.feketene.benko.kata@phd.uni-mate.hu

Dr. Szabó Lajos

professor emeritus, MTA doktora

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet

A MÁRIA ÚTBAN REJLŐ TURISZTIKAI ÉRTÉKEK

TOURIST ATTRACTIONS ALONG THE MARY'S ROUTE

Galgócziné Szabó Zsófia

A zarándoklás (latinul peregrinatio) jelentése: utazás szent helyekre. Közép-Európa összes szent helyét túrautak kötik össze. A legnagyobb a Mária Út, mely népünk Máriához kötődő szent helyeit (kegyhelyeit, kápolnáit, forrásait) csatolja be az európai zarándok-vérkeringésbe. A Mária Út Közép-Európa 2200 km-es zarándokút-hálózata, melynek kelet-nyugati tengelye az ausztriai Mariazelltől az erdélyi Csíksomlyóig, észak-déli útvonala Częstochowa és Medjugorje között vezet, így egy Ausztrián, Magyarországon, Románián, valamint Lengyelországon, Szlovákián, Horvátországon és Bosznia-Hercegovinán átívelő keresztet kapunk. Az út gyalogosan, kerékpárral, lóval, – vízi szakaszai – evezve is teljesíthető. Az útban rejlő turisztikai lehetőségekre jó példákat lehet találni a nemzetközi zarándokutakkal kapcsolatban, de a Mária Út húsz éves eredményeinek köszönhetően hazánkban is egyre komolyabb értéket képvisel. Partnerei és tagjai között mind a forprofit, mind a nonprofit szférából, mind egyházi körökből származó tagok találhatóak. Az összefogás eddigi eredményeiből kiindulva további fejlesztési lehetőségek, kutatási területek kerülhetnek fókuszba.

Kulcsszavak: zarándoklás, Mária Út, zarándokút-hálózat

JEL kód: Z12, Z32

Pilgrimage (in Latin peregrinatio) means: journey to holy places. All the holy places of Central Europe are connected by hiking trails. The biggest one, the Mary's Route, which connects the holy places of our people connected to Mary (shrines, chapels, springs) into the blood circulation of European pilgrims. The Mary's Route is a 2,200 km network of pilgrimage routes in Central Europe, east-west axis runs from Mariazell in Austria to Csíksomlyó in Transylvania, and its north-south route leads between Częstochowa and Medjugorje, thus a route through Austria, Hungary, Transylvania, as well as Poland, Slovakia, Croatia and Bosnia Herzegovina – we get a cross that spans. The journey is on foot, by bicycle, or by horse; water sections can also be completed by rowing. You can

find good examples of the tourist opportunities inherent in the road in connection with the international pilgrimage routes, but thanks to the results of twenty years of the Mary's Route, it represents an increasingly serious value in our country as well. Its partners and members include from both the for-profit and non-profit spheres, as well as from religion circles. Based on the results of the collaboration so far, further development opportunities and research areas can be focused on.

Keywords: pilgrimage, Mary's Route, pilgrimage network

JEL code: Z12, Z32

Szerző

Galgóciné Szabó Zsófia

országos koordinátor

Mária Út Közhasznú Egyesület

gneszabozsofia@gmail.com

A KÖZÖSSÉGEK SZEREPE A VIDÉKI ÖRÖKSÉGEK MEGŐRZÉSÉBEN

THE ROLE OF COMMUNITIES IN PRESERVING RURAL HERITAGE

Godáné Sőrés Anett – Suta Éva – Vargáné Csobán Katalin

Az Európai Unió a területi egyenlőtlenségek felszámolásának egyik fő eszközének a helyi gazdasági, társadalmi és kulturális erőforrások feltárását és felhasználását tekinti. Láthatjuk, hogy a magyar vidéki területeken is egyre nagyobb hangsúllyal jelennek meg a helyi erőforrások felhasználására és értékévé tételére alapuló kezdeményezések, stratégiák. A közösségek aktív résztvevői, alanyai a vidékfejlesztésnek. Mondhatni, hogy a vidéki közösség, azaz a vidéken élő emberek közössége áll a vidékfejlesztés középpontjában. A vidéki területek endogén fejlődésének egyik alappillére jelenthetik a közösség által őrzött örökségek. A tanulmány alapját képező kutatás a helyi lakosokkal készített kérdőívek alapján azt vizsgálta, hogy Berettyóújfaluban milyen fontossága van az összetartásnak és mennyire erős az identitástudat, illetve melyek a legfontosabb helyi kulturális örökségek, rendezvények és ezek hogyan járulnak hozzá a helyi identitás meglétéhez, kik a helyi közösségfejlesztés legfontosabb szereplői a lakosság szerint. A tanulmány célja, hogy a településen feltárja, hogy a lokális kulturális örökségelemek milyen közösségi programokat generálnak és ezeket hogyan ítéli meg a lakosság.

Kulcsszavak: közösségfejlesztés, vidékfejlesztés, kulturális örökségek

JEL kód: R10, Z32

The European Union considers the exploration and use of local economic, social and cultural resources to be one of the main means of eliminating territorial inequalities. As we can see even in Hungarian rural areas initiatives and strategies based on the use and value of local resources are appearing with increasing emphasis. Communities are active participants and subjects of Rural Development. As we can see the rural communities and rural people are in the centre of Rural Development. It also could be one of the cornerstones of endogenous development of rural areas, the heritage preserved by the community. The

research that formed the basis of this study among the local residents examined the importance of cohesion and how strong the sense of identity in Berettyóújfalú. The study also examined what are the most important heritages and events, how do they contribute to the existence of local identity, and who are the most important developers of the local community according to the population. The aim of the study is to reveal in the settlement what kind of community programs the local cultural heritage elements generate and how they are judged and valued by the local population.

Keywords: community development, rural development, cultural heritage

JEL code: R10, Z32

Szerzők

Godáné Dr. Sörös Anett

adjunktus

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar Vidékfejlesztés Regionális
Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

sores.anett@econ.unideb.hu

Suta Éva

külső óraadó

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar Vidékfejlesztés Regionális
Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

Vargáné Csobán Katalin

adjunktus

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar Vidékfejlesztés Regionális
Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

vargane.csoban.katalin@econ.unideb.hu

„LENNI VAGY NEM LENNI?” – A HAZAI BORUTAK SZEREPE A BOR- ÉS GASZTROTURIZMUS FEJESZTÉSÉBEN

"TO BE OR NOT TO BE?" – THE ROLE OF DOMESTIC WINE ROUTES IN THE DEVELOPMENT OF WINE AND GASTRONOMIC TOURISM

Gonda Tibor

1995-ben jött létre a Villányi Borút, és ezzel megkezdte a működését hazánk első turisztikai tematikus útja. A villányi példa ösztönzően hatott más borvidékekre is, és a 22 hazai borvidéken több mint 30 borút alakult meg és működött hosszabb vagy rövidebb ideig. A turisztikai tematikus utak jó lehetőséget jelenthetnek arra, hogy a kisebb vidéki vonzerőket egy meghatározott tematika mentén felfűzve jelentősebb érdeklődést kiváltó attrakcióvá fejlesszék. A nemzetközi gyakorlat számos esetben igazolta, hogy a turisztikai célú tematikusút-fejlesztés a vidékfejlesztésnek és a turisztikai termékfejlesztésnek egyaránt sikeres eszköze lehet. A magyarországi borutak honlapjainak és a közösségi médián belüli aktivitásainak vizsgálatával meghatározásra került az, hogy melyek működnek, illetve melyek azok, amelyek már befejezték a működésüket. Sajnos hazánkban a tematikus utak – köztük a borutak – fejlődése és működése ellentmondásokkal teli. Többségük rövid működést követően lassan „kifulladt”, és felhagyott a tevékenységével. Az okok vizsgálatára, és a továbblépés lehetőségeinek felvázolására is sor kerül az előadásban.

Kulcsszavak: Villányi Borút, tematikus út, vidéki vonzerők

JEL kód: L83

The Villányi Wine Route was established in 1995, and thus the first tourist thematic route of our country began its operation. The example of Villány inspired other wine regions as well, and more than 30 wine routes were established and operated for longer or shorter periods in the 22 domestic wine regions. Tourist thematic routes can be a good opportunity to develop smaller rural attractions into attractions that arouse significant interest by stringing them along a specific theme. In many cases, international practice has proven that thematic road development for tourist purposes can be a successful tool for both rural development

and tourism product development. By examining the websites and social media activities of the wine tours in Hungary, it was determined which ones are operating and which ones have already ended their operation. Unfortunately, the development and operation of the thematic routes, including the wine routes, in our country is full of contradictions. After a short period of operation, most of them slowly "suffocated" and ceased their activities. The reasons for this will be investigated and the possibilities for further progress will be outlined in the lecture.

Keywords: Villányi Wine Route, thematic route, rural attractions

JEL code: L83

Szerző

Dr. habil Gonda Tibor

egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing
és Turizmus Intézet

gonda.tibor@kttk.pte.hu

A HAGYOMÁNYOS GASZTRONÓMIAI ÉRTÉKEK MEGJELENÉSE TURISZTIKAI ATTRAKCIÓKBAN A MÁTRAALJÁN

THE APPEARANCE OF TRADITIONAL GASTRONOMIC VALUES IN TOURIST ATTRACTIONS IN THE MÁTRA REGION

Gyurkó Béla

Az előadás során a turisztikai kínálat fontos elemére, az étkezési szolgáltatás által nyújtott gasztronómiai élményekre irányítottam rá a figyelmet.

A palóc kultúrkör hagyományai, adottságai, lehetőségeinek kihasználása, illetve felhasználása adja azt az alapot, amely érdekessé, vonzóvá teheti a turisztikai attrakciókat. Az előadás fókuszában a Mátra hegység környezete mint Mátra-Bükk turisztikai térség egyik reprezentánsa áll. A térség hagyományosnak mondható ételeinek kínálatából emeltem ki azokat, amelyeket leggyakrabban használnak a turisztikai szolgáltatók. A bemutatott fogások megjelenhetnek mind az egyéni programok, mind pedig a közösségi rendezvények alkalmával. A gasztronómiai értékek közül néhány érdekesebb elnevezésű ételt is kiemeltem, mint a náprajka, kapusznnyík, herőce, görhe, laska, pampuska, ganca. Természetesen nem maradhat ki a legismertebb étel, a „Palócleves” sem, bár ennek eredete eltér a hagyományos, paraszti konyha fogásaitól. A bemutatott ételek kulturált elkészítése, prezentálása nagymértékben hozzájárul a vendéglátás színvonalának emeléséhez, a turisztikai attrakciók látványosságaihoz, amelyekkel sikeresen lehet bemutatni a térséget.

Kulcsszavak: gasztronómiai élmények, Palóc kultúrkör, hagyományos ételek
JEL kód: L83

During the presentation, I focused on the gastronomic experiences provided by catering services, which play a very important role in tourism. The traditions, characteristics, and opportunities offered by the Palóc cultural circle provide the basis for making tourist attractions interesting and attractive. The Mátra Mountains are one of the representative tourist areas of the Mátra-Bükk Region. From the range of traditional dishes offered in the region, I highlighted those that are

most frequently used by tourism service providers. The dishes presented can be used for both individual programs and community events. Among those presented as gastronomic treasures, I highlight some of the more interesting names, such as Náprajka, Kapusznýk, Heróce, Görhe, Laska, Pampuska, and Ganca. Of course, the most famous dish, Palócleves, cannot be left out of the list, although its origin differs from that of traditional peasant dishes. The cultured preparation and presentation of the dishes presented greatly contributes to raising the standard of hospitality and the attractions of tourist attractions, which can be used to successfully showcase the region.

Keywords: gastronomic experiences, Palóc culture, traditional dishes

JEL code: L83

Szerző

Gyurkó Béla

turisztikai szakértő, okleveles vidékfejlesztő agrármérnök

Dél-Máttra Közhasznú Egyesület, Domoszlói Idegenforgalmi Egyesület,

Heves Megyei Falusi Turizmus Egyesület

gyurkobela55@gmail.com

KEGYHELYEK TURISZTIKAI CÉLÚ VIZSGÁLATA A MÁRIA ÚT MENTÉN

TOURISM-ORIENTED EXAMINATION OF PLACES OF WORSHIP ALONG THE MARY'S ROUTE

Kápolnai Zsombor

A Mária Út Közép-Európából indult zarándokútvonal, mely napjainkban Európá-szerte megjelenik már. Az útvonal több mint 2000 kilométer hosszan került ki-jelölésre. Fő útvonalai az ausztriai Mariazell, a romániai Csíksomlyó, a lengyel-orosz Czeszochowa és a boszniai Medjugorje kegyhelyek között teremtenek kapcsolatot. Az útvonalak közös találkozási pontja Magyarországon, Budapes-ten található. Az említett kegyhelyek évente több százezer látogatót fogadnak, ezért fejlett turisztikai infrastruktúrával rendelkeznek.

E kegyhelyek mellett a Mária Út útvonalai közel 60 kegyhelyet kötnek össze. E kegyhelyek mindegyike lehetőség nyújt a zarándokok fogadására, azonban a kegyhelyek eltérő módon tudnak bekapcsolódni a turizmusba.

Jelen tanulmány a Mária Út által érintett kegyhelyeknek a turizmusba történő részvételhez szükséges alapvető feltételek meglétét vizsgálja. Többek között a digitális jelenlét – honlap, közösségi média – valamint az infrastrukturális szál-láshelyek, nyitvatartás, mosdók és étkezési lehetőségek meglétét, illetve minő-ségét vizsgálja.

Kulcsszavak: vallásturizmus, kegyhelyek, Mária Út, vidéki térségek

JEL kód: Z12

Mary's Route is a pilgrimage route that started in Central Europe and now ex-tends across Europe. The route is more than 2,000 kilometers long. Its main rou-tes connect the shrines of Mariazell in Austria, Csíksomlyó in Romania, Czeszoc-howa in Poland, and Medjugorje in Bosnia. The common meeting point of the routes is in Budapest, Hungary. The aforementioned shrines welcome hundreds of thousands of visitors every year. Therefore, they have a well-developed tou-rist infrastructure.

In addition to these shrines, the Mary's Route connects nearly 60 shrines. All of these shrines have the capacity to receive pilgrims, but they can engage in tourism in different ways.

This study examines the basic conditions necessary for the shrines along Mary's Route to participate in tourism. Among other things, it examines their digital presence (website, social media), as well as the availability and quality of infrastructure such as accommodation, opening hours, toilets, and dining options.

Key words: religious tourism, shrines, Mary's Route, rural area

JEL code: Z12

Szerző

Dr. Kápolnai Zsombor

Mária Út Európai Hálózatának Szövetsége

kapolnaizsombor@gmail.com

A MENTÁLIS TÉRKÉPEZÉS ÉS AZ UTCAKÉPELEMZÉS JELENTŐSÉGE A KORTÁRS FALUKUTATÁSBAN HOLLÓKŐ PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

THE IMPORTANCE OF MENTAL MAPPING AND STREET SCENE ANALYSIS IN CONTEMPORARY VILLAGE RESEARCH, USING THE EXAMPLE OF HOLLÓKŐ

Kátai Balázs Elek

Vizsgálatom a mentális térképezés, valamint az utcaképelemzés módszertanának gyakorlati alkalmazásának jelentőségére és lehetőségeire irányul a modern falukutatásban. A mostani kutatás alapja az MRTT Faluszemináriumi Kutatóműhely 2023-as Hollókőn végzett személyes kérdőíves felmérése, melynek segítségével megismerhettük, hogy az emberek miként gondolkodnak embertársaikról, hogy vélekednek a saját településükről és mikrokörnyezetükről. Fontos szempont, hogy ez minden esetben szubjektív, illetve a térészlelésre alapozva épülhet fel az adott környezet mentális térképe. Mivel 2015-ben szintén volt egy falukutatás Hollókőn, az idő múlását jól tudjuk érzékelni nyolcéves időtávlatban, hogy miképpen változott az emberek véleménye, meglátása a település helyzetéről. A Faluszemináriumi Kutatóműhely 2009 óta végez mentális térképezést különböző falvakban, így a kutatások és tapasztalatok beépültek a módszer gyakorlatának elkészítéséhez. A második általam vizsgált módszertan az utcaképelemzés, amely folyamat során részletesen tanulmányozzuk és értelmezzük az adott települési környezetben található elemeket és jellemzőket, amely által a térhasználatról, a társadalom belső viszonyairól és a különböző társadalmi csoportok együttéléséről is adatokat gyűjthetünk. A vizsgálatom tárgyát képező módszertanok az MRTT Faluszemináriumi Kutatóműhely kutatásaiban rendszeresen alkalmazott metódusok, ezért ezen eljárások empirikus tapasztalatait a 2023-as hollókői kutatáson keresztül kívánom bemutatni.

Kulcsszavak: falukutatás, mentális térképezés, Hollókő

JEL kód: R23

This study focuses on the relevance and potential of the practical application of mental mapping and the visual analysis of the streetscape methodology in modern village research. The current research is based on a face-to-face questionnaire survey conducted by the Hungarian Regional Science Association's Village Research Section in Hollókő, Hungary in 2023, which allowed us to find out how people think about their fellow human beings, how they perceive their own village and micro-environment. It is important to note that this is always subjective, and that a mental map of the environment can be built up based on perceptions of space. Since there was also a village survey in Hollókő in 2015, we can clearly see the passage of time over an eight-year time span, how people's opinions and perceptions of the settlement have changed. The Hungarian Regional Science Association's Village Research Section has been conducting mental mapping in different villages since 2009, so the research and experience has been incorporated into the method's practice. The second methodology that I have studied is the visual analysis of the streetscape, a process that involves a detailed study and interpretation of the elements and features of a given settlement environment, through which data can be collected on the use of space, the internal relations of society and the coexistence of different social groups. The methodologies that are the subject of my study are methods regularly used in the research of the Hungarian Regional Science Association's Village Research Section, and I will therefore present the empirical experience of these methods through the research in Hollókő, Hungary in 2023.

Keywords: village research, mental mapping, Hollókő

JEL code: R23

Szerző

Kátai Balázs Elek

egyetemi hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidékfejlesztési agrármérnök szak

katai.balazs4@gmail.com

A ZÁRTKERTEK FÖLDRAJZI JELLEMZŐI ÉS REKREÁCIÓS SZEREPKÖRE VAS VÁRMEGYÉBEN

THE GEOGRAPHICAL CHARACTERISTICS AND RECREATIONAL ROLE OF GARDENS IN VAS COUNTY

Koncz Gábor – Barna Róbert – Bazsik István – Farkas Tibor

A Magyarországon összesen mintegy 200 ezer hektáron elhelyezkedő zártkertek területi eloszlása meglehetősen egyenlőtlen. Ahol jelen vannak, ott erőteljesen befolyásolják a táj karakterisztikáját. A kisméretű parcellákkal jellemezhető zártkertek a legtöbb esetben a mezőgazdasági hasznosítás szempontjából periférikus fekvésű helyszíneken jöttek létre. Ugyanakkor a hegy- és dombvidéki, vagy éppen vízparti fekvés előtérbe helyezi e sajátos státuszú ingatlanok rekreációs és szabadidős funkcióit. Vas vármegye 216 települése közül 77 rendelkezik zártkertekkel, amelyek területileg a Kemeneshát és a Kemenesalja tájegységekre, valamint az osztrák-magyar határ mentén koncentrálnak. Az előadás a zártkertek földrajzi eloszlásának sajátosságait területi statisztikai módszerek alapján ismerteti. Az azok jelenlegi és lehetséges hasznosításával kapcsolatos megállapításoknak az Agrárminisztérium Zártkerti Programjának adatbázisa, a nyertes pályázók körében elvégzett kérdőíves vizsgálat és helyszíni terepbejárás képezik az alapját. A vizsgálati eredmények rámutattak, hogy Vas vármegye települései jelentős potenciállal rendelkeznek a zártkertekhez köthető vidéki örökség tekintetében, a helyi közösségek aktívak annak megőrzésében.

Kulcsszavak: zártkertek, rekreációs és szabadidős funkciók

JEL kód: Z32

In Hungary, the spatial distribution of garden-plots, covering a total area of around 200 thousand hectares, is rather uneven. Where they are present, they strongly influence the character of the landscape. In most cases, small-scale garden-plots have been created on sites peripheral to agricultural land use. At the same time, their location on hills, mountains or waterfronts emphasises the recreational and leisure functions of these properties with a special status. Of the 216 municipalities in Vas County, 77 have enclosed gardens, which are concentrated

in the Kemeneshát and Kemenesalja areas and along the Austrian-Hungarian border. The presentation will describe the characteristics of the geographical distribution of garden-plots based on spatial statistical methods. Findings on their current and potential use are based on the database of the Ministry of Agriculture's programme for the development of garden-plots, a questionnaire survey of winning applicants and field visits. The results of the study showed that the municipalities of Vas County have a significant potential in terms of rural heritage related to allotments, and local communities are active in its preservation.

Keywords: enclosed gardens, recreational and leisure functions

JEL code: Z32

Szerzők

Dr. Koncz Gábor

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék-és Területfejlesztési Tanszék

koncz.gabor@uni-mate.hu

Dr. Barna Róbert

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Agrárdigitalizációs és Szaktanácsadási Tanszék

barna.robert@uni-mate.hu

Bazsik István

Phd hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális Tudományok Doktori Iskola

bazsik.istvan@uni-mate.hu

Dr. Farkas Tibor

tanszékvezető egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

farkas.tibor@uni-mate.hu

'AGROTURIZMUS, MERRE VAGY MAGYARORSZÁGON?'

'AGROTOURISM, WHERE ARE YOU IN HUNGARY?'

Kovács Dezső

A falusi turizmus 90-es években történt újbóli megjelenésekor az akkori véleményformálók többnyire a külföldi agroturisztikai gyakorlatból (osztrák, német, angol, ír, francia, olasz stb.) és a 30-as évek hazai példáiból merítettek ötleteket. A történelmi név – a falusi fizetővendéglátás a 30-as évekből – és a nyugatitól eltérő nagyüzemi agrárszerkezet miatt a 90-es évek elején, közepén még „nem volt időszerű” az agroturizmus fogalom. Akik belefogtak a turisztikai szolgáltatásokba falun, még nem olyan gazdálkodók voltak, mint a nyugat-észak- és dél-európai országokban. A gazdálkodni akarók pedig még a birtok (föld, gépek stb.) megszerzésével és nem a több lábon állással, turizmuskínálat létrehozásával voltak elfoglalva. Az első jelentősebb szervezett lépés az agroturizmus felé a borágazatban történt a Villány–Siklói Borút megalakulásával 1994-ben, amit hamarosan több borút létrejötte is követett.

Az agroturizmus megjelenése elvileg a gazdálkodók megerősödésével és az EU források megjelenésével vált lehetőséggé. A 2012-es kérdőíves kutatásom eredménye még azt mutatta, hogy a falusi vendéglátóknak a feléről lehetett azt állítani, hogy köze volt a mezőgazdasághoz. Jellemzőbb volt a vidéki háztartások erőforrásainak (ház, kert, pince, présház, állatok stb.) hasznosítása, bővítése a turizmus révén új tevékenységekkel, szolgáltatásokkal.

A 2007–2013-as, majd a 2014–2020-as vidékfejlesztési programban azonban diverzifikáció címen már nagyon jelentős források jelentek meg agroturizmus fejlesztésre. A 2010-től napjainkig bekövetkezett forrásbőség (becslésem szerint közel 100 milliárd Ft) alapján feltételezhető lenne, hogy az agrárvállalkozók révén gazdag és sokoldalú agroturizmus-kínálat bontakozott ki. Ennek azonban kevés nyomát lehet észlelni. A kevés jó példa egyike a Nyitott porták kínálata Zalaszentgróton és környékén, a Termálvölgye Leader szervezet menedzselésében.

A Falusi és Agroturizmus Szövetség honlapján a szolgáltatók kategóriában 804 vendégház található (2023. 08.). Hogy ebből mennyinek lehet agroturizmus-kínálata, arra nehéz választ találni. A szálláshelyek bemutatása elég sematikus:

leltárszerű adatok, gyenge minőségű fényképek, a szövegekből hiányzik a kreativitás, a vendéglátók személyes érintettsége. Érdeemes összehasonlítani ezt az oldalt a hasonló osztrák kínálattal. (<https://www.farholidays.com/en>)

Ma még nem igazán észlelhető – leszámítva az egyéni Facebook- és más hirdetéseket, melyekben többnyire erdélyi, osztrák, olasz stb. agroturizmus-kínálat jelenik meg, – hogy a hazai mezőgazdasági szektorból a több lábbon állás (diverzifikáció) révén milyen agroturisztikai kínálat jött létre. A támogatási rendszerhez nincs nyilvánosan elérhető adatbázis arról, hogy kik, honnét, milyen célra kaptak támogatást, és valóban végzik-e azt a tevékenységet, amire pályáztak. Az NTAK rendszer sem teszi lehetővé, hogy erről valamilyen képet kapjunk. Előadásom ezt a kérdést vizsgálja az elérhető statisztikai adatok és más kvalitatív információk segítségével.

Kulcsszavak: agroturizmus, vidékfejlesztés, agroturisztikai kínálat

JEL kód: Z39

When rural tourism reappeared in the 1990s, opinion leaders at the time drew inspiration mainly from foreign agritourism practices (Austrian, German, English, Irish, French, Italian, etc.) and from Hungarian examples from the 1930s. Due to the historical name – rural guest accommodation from the 1930s – and the large-scale agricultural structure, which differed from that of the West, the concept of agritourism was still 'not timely' in the early and mid-1990s. Those who started providing tourist services in villages were not yet farmers like those in Western, Northern, and Southern European countries. Those who wanted to farm were still busy acquiring property (land, machinery, etc.) and not diversifying by creating tourism offerings. The first significant organized step towards agritourism took place in the wine sector with the establishment of the Villány-Siklós Wine Route in 1994, which was soon followed by the creation of several other wine routes.

In theory, the emergence of agritourism became possible with the strengthening of farmers and the availability of EU funds. The results of my 2012 questionnaire survey showed that half of rural hosts could be said to have had some connection to agriculture. It was more typical for rural households to utilize and expand their resources (houses, gardens, cellars, wine presses, animals, etc.) through tourism with new activities and services.

However, in the 2007-13 and then the 2014-2020 rural development programs, significant funds were allocated to the development of agritourism under the heading of diversification. Based on the abundance of resources available from 2010 to the present day (estimated at nearly HUF 100 billion), it would be reasonable to assume that a rich and diverse range of agritourism offerings has emerged through agricultural entrepreneurs. However, there is little evidence of this. One of the few good examples is the Open Farmyards offer in Zalaszentgrót and its surroundings, managed by the Termálvölgye Leader organization.

The website of the Rural and Agritourism Association lists 804 guesthouses in the service provider category (as of August 2023). It is difficult to say how many of these are agritourism offerings. The presentation of the accommodations is rather schematic: inventory-like data, poor-quality photos, and texts lacking in creativity and personal involvement on the part of the hosts. It is worth comparing this site with similar Austrian offerings. (<https://www.farholidays.com/en>)

At present, it is not really noticeable – apart from individual Facebook and other advertisements, which mostly feature agritourism offerings in Transylvania, Austria, Italy, etc. – what kind of agritourism offerings have been created in the domestic agricultural sector through diversification.

There is no publicly available database for the subsidy system that shows who received subsidies, where they came from, what they were used for, and whether they actually carried out the activities they applied for. The NTAK system does not allow us to get any insight into this either. My presentation examines this issue using available statistical data and other qualitative information.

Keywords: agritourism, rural development, agritourism offerings

JEL code: Z39

Szerző

Dr. habil Kovács Dezső

címzetes egyetemi tanár

A LOMIZÁS MINT A VIDÉKI FELEMELKEDÉS EGYIK LEHETSÉGES ÚTJA

LOMIZÁS AS ONE OF THE POSSIBLE PATHS TO RURAL UPLIFT

Kovács Ernő – Lőke Zsuzsanna Katalin

A szerzők arra vállalkoztak, hogy bemutassák a hasznáلتcikk-kereskedelem jelen-séget Magyarországon, annak gazdasági és társadalmi jellemzőit. A hasznáلتcikk-kereskedelem leginkább vidéki jelenség, amely lehetőséget biztosított sokak szá-mára, hogy felemelkedjenek a szegénységből, de ez a lehetőség csak kevesek számára jelentett tényleges felemelkedést, főleg azok számára, akik szakosodtak egy jól körülhatárolható áru behozatalára. A hasznáلتcikk-kereskedelem hivata-los csatornáit mellett Magyarországon megfigyelhetjük a lomizást mint kvázi vállalkozói tevékenységet is. Megközelítésünkben, a hasznáلتcikk-kereskede-lemben a „lomizó” társadalmi csoport mint a kényszergazdaság egyik megtes-tesítője szerepel, melyet sajátos életmód, adaptációs képesség, értékrend és bel-sőleg tagolt társadalmi szerkezet jellemez. A kutatásunk fő helyszíne a Nyugat-Dunántúl egyes kistérségei (pl. Zalaszentgróti, Nagykanizsai, Tapolcai stb.). Ausztriában (Graz) és Szerbiában (Szabadka – Subotica) azon települések, ahon-nan a lomizás mint tevékenység kiindul, illetve végződik. A hasznáلت cikk iránti kereslet hullámzó volt, a rendszerváltás előtti közvetlen időszaktól (1988 janu-árjától) napjainkig. Megállapítható, hogy a gazdasági válságok mindig felerősít-tették a keresletet. Ugyanakkor a megengedő, toleráló kezdeti hasznáلتcikk-kereskedelmet az állami intézmények elkezdtek a legális tevékenység körébe te-relni. Szerbiában a 90-es években az adóelkerülés, társadalombiztosítás elkerü-lése miatt a hasznáلتcikk-piacnak volt destabilizáló makroökonómiai hatása. Mi-nél nagyobb a gazdasági válság egy feltörekvő országban, ez a hatás annál erősebb. A hiány által gerjesztett kiegészítő jövedelemforrás lehetőségei a rend-szerváltás előtt – az alacsony jövedelem, a munkanélküliségből való menekülés és a jó kereseti lehetőségek – mind szerepelnek a motivációk között, amelyek miatt a hasznáلتcikk-kereskedelmet folytatók belekezdtek vállalkozásukba.

Kulcsszavak: gazdaságszociológia, hasznáلتcikk-kereskedelem

JEL kód: A14

The authors set out to describe the phenomenon of second-hand trade in Hungary, its economic and social characteristics. Second-hand trade is a mostly rural phenomenon and as such has provided an opportunity for many to rise out of poverty, but this opportunity has meant real uplift for only a few, especially those who specialise in importing a well-defined commodity. In addition to the formal channels of second-hand trade, we can also observe the practice of 'holidaymaking' as a quasi-entrepreneurial activity in Hungary. In our approach, the second-hand trade includes the 'lomizo' social group as an embodiment of the forced economy, characterised by a particular way of life, adaptability, values and an internally structured social structure. The main focus of our research is on certain small regions in Western Transdanubia (e.g. Zalaszentgróti, Nagykánizsa, Tapolca, etc.), and on the settlements in Austria (Graz) and Serbia (Subotica) where the lomizo as an activity starts and ends. Demand for second-hand goods has fluctuated from the immediate period before the change of regime (January 1988) to the present. It can be seen that economic crises have always boosted demand. At the same time, the state institutions began to bring the initially permissive-tolerant second-hand trade into the realm of legal activity. In Serbia, in the 1990s, the second-hand market had a destabilising macroeconomic effect due to tax evasion and avoidance of social security. The greater the economic crisis in an emerging country, the stronger this effect. The potential for additional sources of income generated by shortages before the change of regime, low incomes, escape from unemployment and good earning potential are among the motives for second-hand traders to start their businesses.

Keywords: economic sociology, second-hand goods trade

JEL code: A14

Szerzők

Dr. Kovács Ernő

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék
kovacs.erno@uni-mate.hu

Dr. Lőke Zsuzsanna Katalin

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék
loke.zsuzsanna@uni-mate.hu

A SAJTTURIZMUS AKTUÁLIS KÉRDÉSEI

CURRENT ISSUES IN CHEESE TOURISM

Kovács Gyöngyi – Kerekesné Mayer Ágnes

A turisztikai termékek számának növekedése és profiljainak folyamatos változása tapasztalható a post-covid időszakban. A trendeknek megfelelően erősödik a természethez való kötődés, a hagyományaink értékelése, megbecsülése, a lassabb, de mélyebb tartalommal bíró kikapcsolódás és utazások felkutatása. A mezőgazdasági termelés turisztikai terméké alakítása nem újkeletű, és napjainkban az agri- vagy agroturizmus minden formája újabb fénykorát éli. Közülük a sajtkészítéshez, tejtermékekhez köthető turisztikai attrakciók, helyszínek és programok különösen nagy népszerűségnek örvendenek. A sajtturizmus iránti érdeklődés több lábon áll, hiszen feleleveníti egy letűnt kor romantikáját, mindenkiből előcsalogatja a kisgyereket a feldolgozás alatt érezhető illatokkal, a hagyományos eszközök látványával, az ízgazdag végtermékekkel. A tejelő állatok közelsége, kedves megjelenése pozitív eleme a látogatásnak, a gyerekekkel érkezőknek az attrakció magját is képezheti. A sajt mint élelmiszer mindig is közkedvelt termék volt, sokféle íze és megjelenése, a hozzá köthető történetek és legendák még érdekesebbé, izgalmasabbá teszik. A sajtturizmus palettáján számos program és attrakció szerepel: ilyenek a sajtvásárok, fesztiválok, bírálatok, farmlátogatások, közös sajtkészítés, összekóstolások vagy sajttematikus utak. A jelen kutatás a magyar állapotokat elemzi, aminek része a sajtbírálatok fejlődése, a sajtok éttermi felhasználásának feltérképezése, az itt jelentkező anomáliák eredetének kivizsgálása. Rámutat arra, hogy a hazai sajt-kultúra még meg sem közelíti a nyugati, tradicionálisan sajtkészítő és -fogyasztó nemzetekét, de a rendszerváltás óta eltelt 30 év alatt egy lassú, de folyamatos minőségbeli javulás tapasztalható, amit fogyasztói tudatosság, igényesség kísér. A kutatások folytatásának célja, hogy ezt a pozitív folyamatot felgyorsítsa, ráirányítsa a figyelmet a hazai sajtkészítők társadalmára, az ő kapcsolódási lehetőségeikre a turizmus-hoz.

Kulcsszavak: sajtturizmus, agroturizmus, Magyarország, sajt

JEL kód: Z39

The number of tourism products is growing and their profiles are constantly changing in the post-COVID period. In line with current trends, there is a growing interest in connecting with nature, appreciating and valuing our traditions, and seeking out slower but more meaningful leisure activities and travel experiences. The transformation of agricultural production into a tourism product is not new, and today all forms of agri- or agrotourism are enjoying a new heyday. Among them, tourist attractions, locations, and programs related to cheese making and dairy products are particularly popular. Interest in cheese tourism is based on several factors, as it revives the romance of a bygone era, bringing out the child in everyone with the smells of processing, the sight of traditional tools, and the flavorful end products. The proximity and friendly appearance of the dairy animals are a positive aspect of the visit and can be the main attraction for those arriving with children. Cheese has always been a popular food product, and its many flavors and appearances, as well as the stories and legends associated with it, make it even more interesting and exciting. Cheese tourism offers a wide range of programs and attractions, such as cheese markets, festivals, competitions, farm visits, cheese making workshops, tastings, and cheese-themed tours.

This research analyzes the situation in Hungary, including the development of cheese criticism, mapping the use of cheese in restaurants, and investigating the origins of the anomalies that arise here. It points out that the domestic cheese culture is still far from that of Western countries, which are traditionally cheese-producing and cheese-consuming nations, but in the 30 years since the change of regime, there has been a slow but steady improvement in quality, accompanied by consumer awareness and demand. The aim of continuing the research is to accelerate this positive process and draw attention to the community of domestic cheese makers and their potential links to tourism.

Keywords: cheese tourism, agritourism, Hungary, cheese

JEL code: Z39

Szerzők

Kovács Gyöngyi

egyetemi adjunktus

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

kovacs.gyongyis@uni-mate.hu

Kerekesné D. Mayer Ágnes

főiskolai docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

kerekesne.mayer.agnes@uni-mate.hu

NÉPESEDÉSI TENDENCIÁK A NÉPSZÁMLÁLÁSI ADATOK TÜKRÉBEN HOLLÓKÓ PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

POPULATION TRENDS REFLECTED IN CENSUS DATA – THE CASE OF HOLLÓKÓ

Lőrincz Balázs

A regionális gazdaságtan egyik alaptéziseként írható fel, hogy a területi változások folyamatossága idézi elő a területi egyenlőtlenségeket. Ezen változások kétségtelenül erőteljes hatást gyakorolnak egy adott téregység vagy település gazdasági növekedésére, fejlődésére, illetve az ott élő társadalom életszínvonalára és életkörülményeire is egyaránt. Ehhez szorosan kapcsolódva kijelenthető, hogy a vidéki térségek, így a falvak népesedési tendenciái igen magas aktualitással bírnak napjainkban mind globálisan, mind pedig hazai kitekintésben. A vizsgálat célja, hogy bemutassa – a legfrissebb népszámlálási adatokat felhasználva – az UNESCO világörökségi listán szereplő Hollókó demográfiai és strukturális változásainak tendenciát. Túlmenően a statisztikai adatok szekunder elemzésén az MRTT Faluszemináriumi Kutatóműhely által 2023 júniusában végrehajtott terepi kutatás előzetes eredményei is felhasználásra kerülnek a tanulmányban.

Kulcsszavak: Hollókó, népesedési tendenciák

JEL kód: J11, R10

One of the basic theses of regional economics is that the continuity of territorial change generates territorial disparities. These changes undoubtedly have a strong impact on the economic growth and development of a given area or municipality, as well as on the living standards and living conditions of the population that lives there. Closely related to this, the demographic trends in rural areas, including villages, are highly topical today, both globally and domestically. The aim of this study is to present the trends in demographic and age-structural changes in Hollókó, a UNESCO World Heritage Site, using the latest census data. In addition to the secondary analysis of the statistical data,

the preliminary results of the field research carried out by the MRTT Village Seminar Research Workshop in June 2023 will be used in the study.

Keywords: Hollókő, population trends

JEL code: J11, R10

Szerző

Lőrincz Balázs

PhD hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális
Tudományok Doktori Iskola

lorinc.balazs@phd.uni-mate.hu

ÉLHETŐ VIDÉK – AZ ÉLETMINŐSÉG VIZSGÁLATA FALUKUTATÁSI ESETTANULMÁNYOKON KERESZTÜL

LIVEABLE COUNTRYSIDE – EXAMINING QUALITY OF LIFE THROUGH VILLAGE RESEARCH CASE STUDIES

Mezei Martin

Vizsgálatom a vidéki térségek kistelepüléseinek élhetőségi faktorainak elemzésére irányul. A 2022-es népszámlálás előzetes területi adatai alapján kijelenthető, hogy a vidéki térségekben, azon belül pedig leginkább Kelet-Magyarországon jelentős volt a népességfogyás, egyes helyeken 10%-ot meghaladó mértékű volt az előző census statisztikáihoz mérten. Ezért a jelenségért igen jelentékeny mértékben az elvándorlás nevezhető meg indokként. Az élhető vidék koncepciója olyan fenntartható és virágzó terek és vidéki közösségek létrehozását irányozza elő, amelyek magas életminőséget és gazdasági lehetőségeket is kínálnak. Mivel az urbanizáció tovább gyorsul, ezért egy élhetőbb vidék célja az lehet, hogy a rurális terek újjáélesztésével és egyedi kulturális örökségük megőrzésével enyhítse a városokra nehezedő terheket. Az élhetőség ugyan sokszor az egyén szubjektív megítélésén alapul, illetve az élhetőséghez hozzájáruló tényezők kulturális, földrajzi és egyéni preferenciáktól függően változhatnak, néhány közös fő tényező – a teljesség igénye nélkül – a következő: a biztonságérzet, az egészségügyi ellátórendszer elérhetősége, az oktatás minősége, az általános infrastruktúra és elérhetőség, a jövedelmi helyzet, a politikai stabilitás. Az élhető vidékkel kapcsolatos kutatások fontos szerepet játszhatnak a fenntartható vidékfejlesztés alakításában, a globális kihívások kezelésében. Az élhetőségi tényezők vizsgálatához esettanulmányként segítségül hívom az MRTT Faluszemináriumi Kutatóműhely eddigi kutatási eredményeit és kutatási helyszíneit, amely egyben az elemzés földrajzi keretét is jelenti.

Kulcsszavak: élhetőségi faktorok, rurális terek újjáélesztése, élhető vidék
JEL kód: R13

Based on the preliminary territorial data of the 2022 Census in Hungary, it can be concluded that in rural areas, especially in Eastern Hungary, there was a

significant population decline, in some places exceeding 10% compared to previous census statistics. Migration can therefore be cited as a very significant cause of this phenomenon. The concept of a liveable countryside is about creating sustainable and prosperous spaces and rural communities that offer both a high quality of life and economic opportunities. As urbanisation continues to accelerate, the aim of a more liveable countryside could be to alleviate the pressure on cities by revitalising rural areas and preserving their unique cultural heritage. Although liveability is often based on subjective individual perceptions and the factors contributing to liveability may vary according to cultural, geographical and individual preferences, some common key factors include, among others, a sense of security, access to health care, quality of education, general infrastructure and accessibility, income situation, political stability. Research on liveable rural areas can play an important role in shaping sustainable rural development and addressing global challenges. as a case study, I draw on the research findings and research sites of the Hungarian Regional Science Association's Village Research Section, which also provides the geographical context for the analysis.

Keywords: livability factors, revitalization of rural areas, livable countryside

JEL code: R13

Szerző

Mezei Martin

PhD hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális

Tudományok Doktori Iskola

mezei.martin@phd.uni-mate.hu

AZ ÁTÁNYI FIATALOK MEGÉLHETÉSI LEHETŐSÉGEI

LIVING OPPORTUNITIES FOR YOUNG PEOPLE IN ÁTÁNY

Nagy Alexandra

Átány az ország hátrányos helyzetű községei közé tartozik, ahol jellemző az alacsony iskolai végzettség, a magas gyermekszám és az előnytelen munkaerőpiaci pozíció. Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy az átányi fiatalok milyen élethelyzettel rendelkeznek és milyen lehetőségeik vannak helyben a megélhetésre. Kutatásomat legfőképp kérdőíves adatfelvétellel végeztem, de a helyi ellátórendszer fő képviselőivel és a polgármesterrel készített spontán és félig strukturált interjúim is hozzájárulnak az eredmények árnyalásához. Előadásomban részletesen elemzem a településen élő fiatalok státuszát, élethelyzetét olyan változók alapján, mint az iskolai végzettség, a foglalkoztatotti státusz és az anyagi helyzet egyes mutatói. Alapvető helyzetük bemutatása után rátérek a megélhetési lehetőségeikre helyben és a környéken, illetve arra is, hogy ők maguk milyennek ítélik meg a települést a megélhetés szempontjából. Végül a helyi intézményes problémamegoldási lehetőségeket veszem sorra, melynek alapját a szakértői interjúk eredményei adják. Az eredmények az sugallják, hogy Átányban a fiatalok körében jellemző az alacsony életszínvonal, a megélhetési nehézségek és az anyagi bizonytalanság. Kevés a helyben elérhető munkalehetőség, sokan ingázásra kényszerülnek a jobb megélhetés érdekében. Mint sok hasonló településen, Átányban is az önkormányzat a fő munkaadó a közfoglalkoztatás révén. A település naponta számos kihívással szembesül a halmozódó hátrányok miatt, ezt hivatottak kezelni a helyben működő szociális intézmények.

Kulcsszavak: hátrányos helyzetű község, megélhetési lehetőségek

JEL kód: R23

Átány is one of the most disadvantaged villages in the country, characterised by low educational attainment, a high number of children and an unfavourable labour market position. In my research, I aim to discover the living situation of young people in Átány and their opportunities to earn a living locally. My research was conducted mainly through a questionnaire survey, but my

spontaneous and semi-structured interviews with key representatives of the local care system and the mayor also help to shed light on the results. In my presentation, I will analyse the status and life situation of young people in the village in detail, based on variables such as educational attainment, employment status and some indicators of financial situation. After presenting their basic living conditions, I will also look at their livelihood opportunities both locally and in the surrounding villages, and how they perceive the village in terms of livelihood. Finally, I will discuss local institutional problem-solving options, based on the results of the interviews with experts. The results suggest that young people in Átány are characterised by low living standards, livelihood difficulties and financial insecurity. There are few jobs available locally, and many are forced to commute in order to earn a better living. As in many similar villages, the local government is the main employer in Átány through public employment. Átány faces many challenges every day due to the accumulation of disadvantages, which are addressed by the social institutions operating locally.

Keywords: disadvantaged village, livelihood opportunities

JEL code: R23

Szerző

Nagy Alexandra

PhD hallgató

Debreceni Egyetem Humán Tudományok Doktori Iskola

nagy.alex@arts.unideb.hu

A HALADÁS ÁRA, AVAGY HOLLÓKÓ PÉNZÜGYI KIHÍVÁSAI A MŰKÖDÉSI CÉLÚ BEVÉTELEK ÉS KIADÁSOK SZEMSZÖGÉBŐL (2014–2022)

**THE COST OF PROGRESS, OR THE FINANCIAL CHALLENGES OF
HOLLÓKÓ FROM THE PERSPECTIVE OF OPERATING REVENUES AND
EXPENSES (2014–2022)**

Nagyné Molnár Melinda

Hollókő, a magyarországi UNESCO világörökségi falu, bár nemzetközi ismertségű, mégis alapvető problémákkal küzd. A vizsgált periódusban (2014-2022) látványos beruházási sikerek, de válságos évek is voltak. A COVID-megszorítások hatása ide is begyűrűzött, mint ahogyan az energiaválság is pár évvel később. A bevételkiesés, az elmúlt évek veszteségeinek kompenzálására ma a költségtakarékos megoldások jelentik a járható utat a fejlesztési tervekben. Közben évről évre várja a falu a vendégeit, élményt ad, szépül, eközben az ideérkező turista valószínűleg semmit sem tud arról, hogy a falu egyébként az életben maradásáért küzd. És ugyan kitörni látszik az elöregedő aprófalvak reménytelenségéből, de rangjához méltó megjelenéséhez a költségvetés nem áll elő magától. A világörökségi cím nem jelent automatikusan érkező forrásokat.

Kulcsszavak: Hollókő, világörökség, COVID

JEL kód: Z32

Hollókő, the Hungarian UNESCO World Heritage village, although it is internationally known, still suffers from fundamental problems. In the examined period (2014–2022), there were spectacular investment successes, but there were also crisis years. The COVID restrictions had an impact here, as did the energy crisis a few years later. To compensate for the loss of income and the losses of the past years, today cost-saving solutions are the viable way in development plans. While the village awaits its guests year after year, it gives an good feeling and becomes more beautiful, meanwhile the tourist who comes here probably knows nothing about the fact that the village is otherwise fighting to stay alive. And

although it seems to break out of the hopelessness of the aging small villages, the budget for its appearance worthy of its rank does not arise by itself. The World Heritage title does not mean automatically arriving resources.

Keywords: Hollókő, world heritage, COVID

JEL code: Z32

Szerző

Nagyné Dr. Molnár Melinda

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

nagyne.molnar.melinda@uni-mate.hu

A SZELIDI-TÓ FENNTARTHATÓ TURIZMUSÁNAK VIDÉKFEJLESZTÉSI ASPEKTUSAI

RURAL DEVELOPMENT ASPECTS OF SUSTAINABLE TOURISM AT LAKE SZELIDI

Némediné Kollár Kitti – Urbánné Malomsoki Mónika

Bács-Kiskun vármegye nyugati részén található Magyarország 5. legnagyobb természetes tava, Dunapataj nagyközség külterületén. A közel 6 km hosszú Szelidi-tó (a helyiek szóhasználata alapján Szilidi-tó) jó minőségű természetes vízzel vonzza az üdülni vágyókat. Annak ellenére, hogy a térség nem kiemelt turisztikai övezet, és meghatározó több napot kitöltő turisztikai attrakciók nincsenek helyben, a tó üdülőforgalma jelentős. Az elmúlt években a vidékfejlesztés hatásai megfigyelhetők, hiszen Dunapataj település teljes területén komoly fejlődés ment végbe.

Előadásunkban és tanulmányunkban azt mutatjuk be, hogy egy közlekedés szempontjából kedvezőtlen helyen található, a nyílt vízi turizmusra specializálódó, de jelentős turisztikai attrakciókkal nem rendelkező tó hogyan tud bekapcsolódni egy település és térségének mindennapjaiba. Továbbá vizsgáljuk, hogy az elmúlt évtizedben végbemenő fejlesztések hogyan hatottak a fenntartható turizmusra, a település értékei milyen formában épülnek be a turisztikai attrakciókba. Érdekes kérdésként merül fel, hogy a tó forgalma hogyan hat az ott élő emberekre, milyen kitérési pontokat rejt és hogyan használja ki Dunapataj település a benne rejlő lehetőségeket.

Kulcsszavak: Szelidi-tó, települési értékek, vidékfejlesztés hatásai

JEL kód: Z32, O18

The 5th largest natural lake of Hungary is located in the western part of Bács-Kiskun county, on the outskirts of Dunapataj. The nearly 6 km length of Lake Szelid is attractive for tourists, especially considering the good quality natural water. Despite the fact that the area is not a priority tourist area in Hungary, the current traffic of the lake is significant.

In the recent years, the effects of rural development can be observed, as significant development has taken place in the entire area of Dunapataj. In our presentation and in our study we will show can join the everyday life of settlement and its region with an unfavorable location from the point of view of transport, specializing in open water tourism (but without significant tourist attractions). Furthermore, we examine how the developments carried out have affected sustainable tourism in the past decade and how the values of the settlement are integrated into tourist attractions. The interesting question arises how the traffic of the lake affects the people living there and looked for the interconnections between their effects.

Keywords: Lake Szelid, settlement values, effects of rural development

JEL code: Z32, O18

Szerzők

Némediné Dr. Kollár Kitti

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés- és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

nemedine.kollar.kitti@uni-mate.hu

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki munkatárs

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

urbanne.malomsoki.monika@uni-mate.hu

A VIDÉK ÉLMÉNYE A BORTURIZMUSBAN

THE COUNTRYSIDE EXPERIENCE IN WINE TOURISM

Pallás Edit Ilona

A Covid-időszak után érezni lehetett, hogy az üdülési és utazási szokások átalakulófélben vannak Magyarországon. A belföldi turizmus megerősödött, a falusi és borturisztikai szolgáltatók, szálláshelyek egyaránt profitáltak ebből a helyzetből. Kérdésként merül fel, hogyan jön létre az élmény a borturizmusban, a vidéki térségben. Ennek összetevőit, az aktív és passzív tevékenységeket, a szórakoztató és edukációs tartalmat, illetve a borturisztikai háttér infrastruktúra-követelményeit vizsgálom, melyek együttesen járulnak hozzá az élményteremtéshez.

Kulcsszavak: borturizmus, élményteremtés

JEL kód: Z39

After the Covid period, it was clear that vacation and travel habits were changing in Hungary. Domestic tourism strengthened, and rural and wine tourism service providers and accommodations alike benefited from this situation. The question arises as to how the experience of wine tourism in rural areas is created. I examine the components of this experience, the active and passive activities, the entertainment and educational content, and the requirements of the wine tourism infrastructure, which together contribute to the creation of the experience.

Keywords: wine tourism, experience creation

JEL code: Z39

Szerző

Dr. Pallás Edit Ilona

tanszékezető egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés- és Fenntartható Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

pallas.edit.ilona@uni-mate.hu

VALLÁSI ÖRÖKSÉG FENNTARTHATÓ TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSÁNAK KIHÍVÁSAI

CHALLENGES OF SUSTAINABLE TOURISM EXPLOITATION OF RELIGIOUS HERITAGE

Rátz Tamara

A nyugat-magyarországi Túrje községben található premontrei Boldogasszony-templom kiváló példája a középkori nemzetségi monostoroknak, amelyek jellemzően a XIII. században létesültek. A dunántúli régió négy fő nemzetségi monostora közül Túrje a legeredetibb, hiszen a Szent László legendáját ábrázoló freskórészletekkel itt sikerült a leginkább hűen megőrizni a középkori állapotot. Ennek ellenére, míg a másik három monostortemplom – Ják, Lébény és Zsámbék – Magyarország legjelentősebb és legismertebb vallási turisztikai helyszínei közé tartozik, a tūrjei templomot az elmúlt évekig figyelmen kívül hagyták és elhanyagolták. 2016–2022 között azonban a templomépület teljes felújításon esett át, és a monostorkomplexum többi részét is felújítják: az új látogatóközpontban kiállítás, zarándokszállás, kávézó, sörfőzde és csokoládémanufaktúra is helyet kap majd. A kutatás célja, hogy felmérje Túrje község vallási turizmusának fejlesztési lehetőségeit és a tervezett turisztikai fejlesztési projekt fenntarthatóságát. A javasolt előadás azokat a földrajzi, gazdasági, társadalmi-kulturális és turisztikai tényezőket elemzi, amelyek befolyásolják Túrje mint vallási turisztikai célpont versenyképességét. Ezen túlmenően az érintettekkel folytatott interjúk alapján vizsgálja a helyi közösség turizmusfejlesztéssel kapcsolatos elvárásait és a fejlesztési folyamatba való bekapcsolódásának lehetőségét.

Kulcsszavak: Túrje, premontrei Boldogasszony-templom, vallási turizmus
JEL kód: R11

The Premonstratensian church of Our Lady in the village of Túrje, located in Western Hungary, is a great example of the medieval family or kinship monasteries which were typically established in the 13th century. Among the four major kinship monasteries of the Transdanubian region, Túrje is the most original as it has preserved its medieval state most faithfully, with fresco details

depicting the legend of Saint Ladislaus. Nevertheless, while the other three monasteries – Ják, Lébény and Zsámbék – are among the most important and iconic religious tourist sites in Hungary, the church in Túrje was overlooked and neglected until recent years. Between 2016–2022, however, the church building underwent a complete renovation, and the rest of the monastery complex is being restored too: the new visitor centre will include an exhibition, a pilgrim hostel, a café, a brewery and a chocolate manufactory. This research aims to assess the potential of religious tourism development in the village of Túrje as well as the sustainability of the planned development project. The proposed paper analyses the geographical, economic, socio-cultural and tourism factors that influence the competitiveness of Túrje as a religious tourist destination. In addition, based on interviews with stakeholders, it investigates the expectations of the local community concerning tourism development and their potential involvement in this process.

Keywords: Túrje, Premonstratensian church of Our Lady, religious tourism

JEL code: R11

Szerző

Dr. Rátz Tamara

tanszékvezető, főiskolai tanár

Kodolányi János Egyetem Gazdálkodástudományi Kar Turizmus Tanszék
tratz@kodolanyi.hu

KÖZÖSSÉGI CÉLÚ GAZDÁLKODÁS ÉS A TELEPÜLÉSEK FENNTARTHATÓSÁGA – AZ ÁTÁNY MODELL ÉS A FENNTARTHATÓ TELEPÜLÉSFEJLESZTÉS A FALUKUTATÁSOK FÉNYÉBEN

COMMUNITY-BASED MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY OF
SETTLEMENTS – THE ÁTÁNY-MODEL AND SUSTAINABLE
SETTLEMENT DEVELOPMENT IN THE LIGHT OF VILLAGE RESEARCH

Ritter Krisztián

Falukutatásaink során – a települések gazdasági-, társadalmi helyzetének feltárásán belül – az agrárium vizsgálata minden esetben kiemelt hangsúlyt kap. Az előadás azokra a primer kutatási eredményekre fókuszál, melyek a mezőgazdaság jelenlegi, és jövőbeni fejlesztésekben játszott szerepét mutatják be Átányon. Miközben megállapítottuk, hogy a mezőgazdaság szerepvesztése általános tendencia a település háztartásainak életében, a korábban feltárt, úgynevezett Átány modell mezőgazdasághoz köthető elemei (önkormányzati telkek művelése, paraszti porta) még megtalálhatók, azok a lakosság számára a település jövőjét illetően fontosak, így az agrárium közösségi szerepe ezeken keresztül még tetten érhető. Az előadás erre a szerepkörre, a közösségi célú gazdálkodás és a települések fenntarthatósága közti kapcsolatra fókuszál.

Kulcsszavak: falukutatás, a mezőgazdaság szerepvesztése, települések fenntarthatósága

JEL kód: Q19, R19

During our village-research camps – besides many other topics – the role of agriculture as an endogenous competitive factor in long time local development is permanently analysed. The presentation focuses on the role of the sector in the current situation and further development possibilities of Átány based on the results of our primary research (questionnaires among residents and in-depth interviews with the main local actors). Beside the decreasing role of agriculture in the life of the households of Átány as a general phenomenon, the elements

related to agriculture of the so-called *Átány* model explored during our earlier research can still be found, they are highly ranked by the locals concerning to the future development of the village, so the community role of agriculture can still be seen through them. The presentation focuses on the connection between this community role and sustainability of rural villages.

Keywords: village-research, decreasing role of agriculture, sustainability of rural villages

JEL code: Q19, R19

Szerző

Dr. Ritter Krisztián

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

ritter.krisztian@uni-mate.hu

FEJLŐDÉSI PÁLYÁK A HAZAI VIDÉKI TURIZMUSBAN

DEVELOPMENT TRENDS IN DOMESTIC RURAL TOURISM

Szabó Géza

Különleges, jubileumi év előtt állunk éppen, hiszen 2024-ben ünnepelhetjük a vidéki turizmus hazai szervezésében és fejlesztésében olyan úttörőnek számító szervezetek alapításának 30 éves évfordulóját, mint a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (ma ismert nevén a FATOSZ, alapításakor még csak FTOSZ), és a tematikus utak fejlesztésének országos példajaként a Villány-Siklói Borút. Az eltelt évtizedek áttekintése lehetőség, de az említett szervezetek létrehozásában és munkálkodásában közreműködők számára egyben kötelezettség is a visszatekintés és a számvetés! Merre haladtak és milyen eredményeket értek el a vidéki turizmus szervezésében a saját szakterületükön meghatározó szervezetek? A spontán fejlődéssel indult, majd a tervezettség fázisain is keresztüljutott folyamatok miként élték meg a finanszírozottság, a kiterjeszkedés időszakait? Milyen példákat látunk a vidék turizmusában, amelyek elérték a fenntarthatóság és a hatékonyság mércéit, miközben hozzájárultak az attrakció alapjukat jelentő autentikus, vidéki értékek megőrzéséhez?

Kulcsszavak: vidéki turizmus, FATOSZ, autentikus vidéki értékek

JEL kód: Z32

We are approaching a special anniversary year, as 2024 will mark the 30th anniversary of the founding of organizations that have been pioneers in the organization and development of rural tourism in Hungary, such as the National Association of Rural and Agritourism (now known as FATOSZ, but at the time of its founding it was still FTOSZ) and the Villány-Siklós Wine Route, a national example of the development of themed routes. Looking back over the past decades is an opportunity, but for those involved in the creation and work of these organizations, it is also an obligation to reflect and take stock! Where have the organizations that are leaders in their respective fields gone and what results have they achieved in the organization of rural tourism? The processes that began with spontaneous development and then went through the planning

phases: how did they experience the periods of financing and expansion? What examples can we see in rural tourism that have achieved sustainability and efficiency while contributing to the preservation of the authentic rural values that form the basis of their appeal?

Keywords: rural tourism, FATOSZ, authentic rural values

JEL code: Z32

Szerző

Dr. Szabó Géza

tanszékvezető egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és
Földtudományi Intézet Turizmus Tanszék

fg4t@gamma.ttk.pte.hu

A TÖRTÉNETI KÖZIGAZGATÁS HATÁSA A TÉRSÉGI IDENTITÁSRA – BIHAR MEGYE PÉLDÁJA

THE IMPACT OF HISTORICAL ADMINISTRATION ON REGIONAL IDENTITY – THE CASE OF BIHAR COUNTY

Szilágyi Ferenc

A történelmi Bihar megye térségi identitásainak kialakulásában több tényező is szerepet játszott. Közöttük három tényezőnek volt kiemelkedő szerepe: a domborzati, a vízrajzi és a történelmi-közigazgatás területi jellemzőinek. Ez utóbbi amúgy is szoros összefüggésben áll a természeti tényezők rendszerével. Ezek a térségi identitáson alapuló térfelosztások Romániában helyettesítik a területi közigazgatásból hivatalosan hiányzó negyedik szintet (LAU 2.) A területi identitásnak fontos szerepe van továbbá a kisebbségi közösségek fennmaradásában is, hiszen a kisebbségi csoportok megyék szintjén már ritkán képeznek többséget, de az informális térségek szintjén ez sokkal gyakrabban fordul elő.

Kulcsszavak: térségi identitás, térfelosztás, történelmi közigazgatás

JEL kód: Z10, Z13

Several factors have contributed to the development of regional identities in the historical Bihor County. Among these, three factors have played a prominent role: the topographic and hydrographic features, as well as the territorial characteristics of the historical public administration, the latter being closely linked to the system of natural factors. These spatial divisions based on territorial identity replace the officially missing level 4 of territorial administration (LAU 2) in Romania. Territorial identity also plays an important role in the survival of minority communities, as minority groups rarely form a majority at county level. However, this occurs much more frequently at informal area level.

Keywords: regional identity, territorial division, historical public administration

JEL code: Z10, Z13

Szerző

Dr. Szilágyi Ferenc

egyetemi docens, dékán

Partiumi Keresztény Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

ferenc.szilagyi@partium.ro

A HUNGARIKUMOK SZEREPE AZ ORSZÁGIMÁZS FORMÁLÁSÁBAN

THE ROLE OF HUNGARIAN CULTURAL HERITAGE IN SHAPING THE NATIONAL IMAGE

Tózsér Anett

A hungarikumok olyan, csak a magyarságra jellemző értékek, amelyek révén a világ más országaiban élők Magyarországra, a magyarokra asszociálhatnak. Azon turisztikai kínálati elemek nagy része, amelyek miatt érdemes Magyarországra látogatni, és amelyekre a szakmai szervezetek hangsúlyt helyeznek a kommunikációjukban, a hungarikumok gyűjteményében is visszaköszönek. A kutatás során szakirodalmi vizsgálat készült a hungarikumok országimázs-formálásban betöltött szerepéről. Továbbá megkerestem azokat a szakmai szervezeteket, amelyek az országimázs-formálásáért felelősek, s ezek képviselőivel félig strukturált interjúkat készítettem. A 10 válaszadó szervezet képviselői főként agráripari és gasztronómiai termékeket neveztek meg a külföldiek számára a magyarsággal leginkább azonosítható hungarikumként. Az is megállapítást nyert, hogy napjaink turizmusában a hungarikumok többsége még nem jelent kiemelt turisztikai vonzerőt, ugyanakkor számolni kell velük a Magyarország-kép megalkotásánál, sőt a brandépítés egyre hangsúlyosabb eszközeivé kell válniuk.

Kulcsszavak: Hungarikum, országimázs, Magyarország-kép

JEL kód: M31, Z32

Hungaricums are values that are unique to Hungarians, through which people living in other countries of the world can associate Hungary and Hungarians. Those elements of the tourist offer that make it worth visiting Hungary, which are emphasized by professional organizations in their communication, are echoed in the collection of Hungaricums. During the research, literature studies regarding the role of Hungaricums in shaping the country's image were carried out. However, the professional organizations responsible for shaping the country's image were contacted, and semistructured interviews with their

representatives were conducted. The representatives of the 10 organizations interviewed mainly named agricultural and gastronomic items as the most identifiable Hungarian products by foreigners. It was also established that the majority of Hungaricums do not yet represent a major tourist attraction in today's tourism, but at the same time the Hungaricums must be taken into account when creating the image of Hungary and in fact it must become an increasingly used tool for brand building. Journal of Economic Literature

Keywords: Hungarikum, the country's image, image of Hungary

JEL codes: M31, Z32

Szerző

Dr. Tózsér Anett

kutatói főmunkatárs

Nemzetstratégiai Kutatóintézet

anett.tozser@nski.gov.hu

TERMÉSZETI ÉS KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGÉRTÉKEK FENNTARTHATÓ HASZNOSÍTÁSA A VIDÉKI TURIZMUSBAN

SUSTAINABLE USE OF NATURAL AND CULTURAL HERITAGE VALUES IN RURAL TOURISM

Vargáné Csobán Katalin – Molnár Anna Erzsébet

A vidéki térségekben gyakran tekintik a turizmusfejlesztést kitörési pontnak, a társadalmi és gazdasági megújulás katalizátorának. Ugyanakkor a számos európai országban népszerű és jól jövedelmező agroturizmus Magyarországon kevésbé elterjedt és a külföldi turisták számára nem eléggé vonzó, részben a kínálat hiányossága miatt. A hagyományos falusi életmód eltűnésével a vidéki turizmus fejlesztési iránya a helyi természeti és kulturális értékek hangsúlyosabb turisztikai hasznosítása, a komplex turisztikai termékfejlesztés lehet. Vizsgálatunk célja a hazai és nemzetközi jó gyakorlatok feltárása az örökségértékek fenntartható turisztikai hasznosítása terén, különös tekintettel a történelmi kastélyokat és kerteket érintő attrakciófejlesztésekre. Tanulmányunk középpontjában Kelet-Magyarország vidéki kastélyainak és kertjeinek turisztikai szempontú elemzése áll, összevetve nyugat- és dél-európai példákkal. Eredményeink megerősítik, hogy az örökségértékeket integráló komplex turisztikai termékek lehetnek versenyképesek a turizmusban.

Kulcsszavak: komplex turisztikai termékfejlesztés, attrakciófejlesztés, vidéki kastélyok turisztikai elemzése

JEL kód: Z32

Tourism is often considered as a panacea for rural areas and a catalyst of social and economic regeneration. However, agrotourism, which is popular and prosperous in several European countries is a less flourishing type of tourism in Hungary due to the weaknesses of the supply side. As the traditional rural way of life is vanishing, the more efficient use of local natural and cultural values, as well as complex tourism product development may be the primary goals of rural tourism development. The objective of the present study is to explore Hungarian

and international good practices in the field of the sustainable use of heritage values, with special emphasis on historic castles and gardens of Eastern Hungary as compared to Western and South European examples. The results highlight that complex tourism products integrating natural and cultural heritage values may be the most competitive products on the rural tourism market.

Keywords: complex tourism product development, attraction development, tourism analysis of historic castles

JEL code: Z32

Szerzők

Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin

adjunktus

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Vidékfejlesztés Regionális
Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet
vargane.csoban.katalin@econ.unideb.hu

Molnár Anna Erzsébet

egyetemi hallgató

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar turizmus-vendéglátás szak

„A VÉRTES FŐVÁROSA” MINT A SIKERES VIDÉKFEJLESZTÉS MINTAPÉLDÁJA

"THE CAPITAL OF VÉRTES", AS AN EXAMPLE OF SUCCESSFUL REGIONAL DEVELOPMENT

Vargáné Gálicz Ivett

Csákvár városa mindig is fontos szerepet töltött be a Vértes térségében. Fejlődése már a rómaiak idejében megindult, azonban az Esterházy-család 17. századi színre lépése óta szinte töretlenül fejlődik. A nemesi család komoly településfejlesztést hajtott végre, többek között óvoda, iskolák, kórház, zárda, tűzoltótorony épült, az Esterházy-kastély pedig a mai napig a legfontosabb lát-nivaló. Sokáig mezőváros volt, de ezt a címet 1871-ben elvették a településtől, majd 2013-ban ismét városi rangot kapott. Ez magával hozta 2014-től a város dinamikus fejlődését, köszönhetően a hazai és az Európai Unió által nyújtott forrásoknak, melynek során számos nagyszabású infrastrukturális fejlesztés valósult meg, és a nagyközségből egy élhető kisvárossá vált a település. A legfontosabb beruházások között szerepelt az óvoda, iskola, orvosi rendelő, múzeum felújítása, könyvtár és kulturális központ létrehozása, turisztikai központ kialakítása, szabadidőparkok rehabilitációja és építése, közlekedésfejlesztés, kerékpáros nyomvonalak kialakítása, út-és járdafelújítások, szennyvízfejlesztés. A település jól használta fel a támogatásokat, melyeknek köszönhetően a „Vértes fővárosává” válhatott Csákvár.

Kulcsszavak: Csákvár, Vértes fővárosa, városfejlesztés

JEL kód: R58

The town of Csákvár has always played an important role in the Vértes region. Its development began during Roman times, but it has been continuously growing since the 17th century when the Esterházy family became involved. The noble family carried out significant urban development, including the construction of a kindergarten, schools, a hospital, and a fire tower. The Esterházy Castle remains the most important attraction to this day. It was a market town for a long time, but in 1871, this title was taken away, and it regained its city

status in 2013. This brought a dynamic development from 2014 thanks to the funds provided by both Hungary and the European Union. During this period, numerous large-scale infrastructure projects were carried out, transforming it from a large village into a livable small town. The most important investments included the renovation of the kindergarten, the school, the surgery, the museum, as well as the establishment of a library and cultural center, the creation of a tourist center, the rehabilitation and construction of recreational parks, improvements in transportation, the development of bicycle lanes, road and sidewalk renovations, and the development of the sewage system. The town has used the funding well, so Csákvár became the "capital of the Vértes region".

Keywords: Csákvár, capital of Vértes, urban development

JEL code: R58

Szerző

Vargáné Gálicz Ivett

PhD hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális
Tudományok Doktori Iskola

vargagalicz@gmail.com

**V. VIDÉKI ÖRÖKSÉG KONFERENCIA
2025**

'A vidéki turisztikai termékek kapcsolódási pontjai,
szinergiája'

Gyöngyös, 2025. október 2–3.

**V. RURAL HERITAGE CONFERENCE
2025**

'Connections and synergies between rural tourism products'

2–3 Oct, 2025 Gyöngyös, Hungary

Plenáris előadók:

Dr. Rátz Tamara, Kodolányi János Egyetem
Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin, Debreceni Egyetem
Dinya Anikó, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

AKTÍV TURIZMUS A FELSŐ-MÁTRÁBAN

ACTIVE TOURISM IN THE UPPER MÁTRA

Bárdosné Kocsis Éva

A Dél-Mátra Közhasznú Egyesület 2006 óta foglalkozik az Európai Unió fejlesztésekhez kapcsolódó pályázatok kiírásával és a támogatások odaítélésével. Kiemelt fejlesztési területe a turisztikai szolgáltatások fejlesztése. A Felső-Mátrában az aktív turizmus 1884-ben indult a bakancsos turizmus megjelenésével. Ezt az 1930-as években a síturizmus fejlődése követte, majd 1998-tól a Kékesi Csúcsfutás, 2006-tól pedig a Mária Út és a kerékpáros turizmus járult hozzá a térség aktív turisztikai kínálatának bővítéséhez. Ezek az aktív turisztikai szolgáltatások jelentős mértékben ösztönözték a szálláshely-fejlesztéseket a Felső-Mátrában, valamint hozzájárultak a wellness-szolgáltatások iránti kereslet növekedéséhez is. A 2019–2024 közötti időszakban összesen több mint 660 millió Ft értékű beruházás jött létre a Dél-Mátra Közhasznú Egyesület közreműködésével, melyből a turisztikai szolgáltatások fejlesztése során 365 millió Ft értékű beruházás valósult meg. A fejlesztések eredményeként évente közel 50 000 vendég látogat el a Felső-Mátrába.

Kulcsszavak: aktív turizmus, Mátra, turisztikai szolgáltatások fejlesztése, pályázat

JEL kód: Z32

Since 2006, the South Mátra Public Benefit Association has been involved in announcing tenders related to European Union developments and awarding grants. Its priority area of development is the improvement of tourism services. Active tourism in the Upper Mátra began in 1884 with the advent of hiking. This was followed by the development of ski tourism in the 1930s, then from 1998 by the Kékesi Peak Run, and from 2006 by the Mária Trail and cycling tourism, which contributed to the expansion of the region's active tourism offerings. These active tourism services have significantly stimulated accommodation developments in the Upper Mátra, as well as contributing to the growth in demand for wellness services. Between 2019 and 2024, a total of more than HUF

660 million was invested with the cooperation of the Dél-Mátra Közhasznú Egyesület (South Mátra Public Benefit Association), of which HUF 365 million was invested in the development of tourism services. As a result of these developments, nearly 50,000 guests visit Upper Mátra each year.

Keywords: active tourism, Mátra, development of tourism services, tender
JEL code: Z32

Szerző

Bárdosné Kocsis Éva

munkaszervezet-vezető

Dél-Mátra Közhasznú Egyesület

bke@delmatra.hu

AKTÍV TURIZMUS STRATÉGIAI TERVEZÉSE

STRATEGIC PLANNING FOR ACTIVE TOURISM

Benkő Béla

Az aktív turizmus a fenntartható szabadidős utazások egyik leggyorsabban fejlődő területe, amely a fizikai aktivitást, a természetjárást és a helyi élményalapú szolgáltatásokat ötvözi. A kutatás célja az aktív turizmus stratégiai tervezésének vizsgálata Magyarországon, különös tekintettel a Mátra–Bükk turisztikai térségre. A tanulmány azt elemzi, hogy a térségi lehatárolás, a kínálati és keresleti viszonyok, valamint a helyi szereplők együttműködése miként járulhat hozzá a fenntartható desztinációfejlesztéshez.

A kutatás feltárta, hogy a Mátra–Bükk térség jelenlegi lehatárolása részben korlátozza az aktív turisztikai potenciál kihasználását. A bővített, 55 települést magába foglaló Mátra-térségi modell jobban illeszkedik az aktív turizmus földrajzi és gazdasági sajátosságaihoz. Az elemzések rámutattak a kínálat diverzifikálásának, a szálláshelyi keresztpromóciónak és a célcsoport-specifikus marketing erősítésének fontosságára.

A stratégiai tervezés kulcsszerepet játszik abban, hogy az aktív turizmus a regionális fejlesztéspolitikai integrált részévé váljon. A térségi alapú, együttműködésre épülő fejlesztési modell hozzájárul a helyi gazdaság élénkítéséhez, a fenntarthatósági célok megvalósításához és a kulturális-táji örökség megőrzéséhez.

Kulcsszavak: aktív turizmus, stratégiai tervezés, fenntartható desztinációfejlesztés, Mátra-Bükk térség, turizmusstratégia

JEL kód: Z39

Active tourism is one of the fastest growing areas of sustainable leisure travel, combining physical activity, nature exploration, and local experience-based services. The aim of the research is to examine the strategic planning of active tourism in Hungary, with a particular focus on the Mátra–Bükk tourist region. The study analyzes how regional demarcation, supply and demand conditions, and cooperation between local actors can contribute to sustainable destination development.

The research revealed that the current demarcation of the Mátra–Bükk region partially limits the exploitation of its active tourism potential. The expanded Mátra region model, comprising 55 settlements, is better suited to the geographical and economic characteristics of active tourism. The analyses highlighted the importance of diversifying supply, cross-promoting accommodation, and strengthening target group-specific marketing.

Strategic planning plays a key role in making active tourism an integrated part of regional development policy. The region-based, cooperation-based development model contributes to the revitalization of the local economy, the achievement of sustainability goals, and the preservation of cultural and landscape heritage.

Keywords: active tourism, strategic planning, sustainable destination development, Mátra-Bükk region, tourism strategy

JEL code: Z39

Szerző

Dr. Benkő Béla

elnök

Gyöngyös-Mátra Turisztikai Közhasznú Egyesület

LOVAS TURIZMUS MINT KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG TOVÁBBADÁSÁNAK LEHETŐSÉGE

EQUESTRIAN TOURISM AS A MEANS OF TRANSMITTING CULTURAL TRADITIONS

Demszky Alma

Magyarország lovas nemzet. Lovaink nélkül nem jutottunk volna el a távoli Keletről a Kárpát medencébe, nem sikerült volna kivívni és utána magtartani helyünket Európában. Minden mondánk, népmesénk, eredetmondánk fontos szereplője, gyermekeink képzeletében tovább él ez a hagyomány, tudattalanul is. Tovább öröklődik a lovak utáni vonzalom és szeretet azok körében is, akik csak képekről, mesékből, filmekből ismerik a lovakat – felnőtteknél és gyerekeknél egyaránt.

A lovas turizmus nemcsak sport és outdoor jellegű, hanem komoly kulturális többletet is tud nyújtani, mind magyarok, mind külföldiek számára. Európában már messze nem olyan élő a lovas hagyomány, mint itthon. Persze, mindenhol vannak lovardák, lehet lovagolni, túrázni, de a régi gyökerek, a ló mint a kultúra része, az már elveszett – vagy soha nem is volt oly erős, mint nálunk. Előadásomban sokéves tapasztalat alapján a kulturális lovas turizmus lehetőségeibe adok egy kis betekintést.

Kulcsszavak: kulturális örökség, lovas turizmus, kulturálisan értékes turizmus, ökoturizmus, vidékfejlesztés

Jel kód: Z32, R19

Hungary is a nation of horses. Without our horses, we would not have made the long journey from the distant East to the Carpathian Basin, nor could we have secured and maintained our place in Europe. Horses appear as central figures in our legends, folktales, and origin myths. This tradition continues to live on—often unconsciously—in the imagination of our children. The attraction to and love for horses is passed down even among those who know them only from pictures, stories, or films—both adults and children alike.

Equestrian tourism is not only a form of sport and outdoor recreation; it can also offer profound cultural value to Hungarians and foreigners alike. Across Europe, equestrian traditions are no longer as vivid as they are here in Hungary. Riding schools and opportunities for horseback riding or trekking can be found everywhere, of course. Yet the deeper roots—the horse as a living part of culture—have been lost elsewhere, or perhaps were never as strong as they are for us.

In my presentation, drawing on many years of experience, I will provide a brief insight into the opportunities of cultural equestrian tourism.

Keywords: Cultural heritage, equestrian tourism, culturally valuable tourism, ecotourism, rural development

JEL code: Z32, R19

Szerző

Dr. habil Demszky Alma

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Humántudományi és Szakképzési Tanszék

demszky.alma.mira@uni-mate.hu

A MÁTRAI ÖRÖKSÉG – HOGYAN LEHET FENNTARTHATÓ AZ ÖRÖKSÉG?

THE HERITAGE OF MÁTRA – HOW CAN HERITAGE BE SUSTAINABLE?

Dinya Anikó

Egy térség kulturális öröksége komplex, egymással kölcsönhatásban álló rendszert alkot, amelyben a társadalmi, gazdasági, humán és természeti pillérek egyaránt meghatározó szerepet töltenek be. Az örökség fenntartható megőrzése és fejlesztése ezért nem redukálható egyetlen domináns dimenzióra, hanem integrált, rendszerszintű megközelítést igényel. Az előadás célja annak vizsgálata, hogy miként értelmezhető a fenntartható örökség fogalma egy vidéki térség – a Mátra – példáján keresztül, valamint hogyan kapcsolható össze a fenntarthatóság és a turisztikai versenyképesség. A koncepcionális keret abból az alapvetésből indul ki, hogy az örökség értéke teremti meg a fenntartás szükségességének indokát. Ugyanakkor nincs univerzális „best practice”, amely másolható módon alkalmazható lenne különböző desztinációkban; a térségek eltérő adottságai, erőforrásai és neuralgikus pontjai kontextusérzékeny „good practice” megoldásokat tesznek indokolttá. Az előadás rendszerszemléletű modellben mutatja be a térségi versenyképességet befolyásoló tényezőket – többek között közösség, gazdaság, infrastruktúra, humán tőke, közszolgáltatások, természeti környezet, hálózatok és turizmus – hangsúlyozva azok kölcsönös összefüggéseit. Turisztikai nézőpontból a versenyképesség nem kizárólag a vonzerő növekedésében vagy a kereslet bővülésében ragadható meg, hanem abban a képességben, hogy a desztináció jövedelmező módon, a helyi lakosság jólétét biztosítva, a természeti tőke megőrzése mellett képes emlékezetes élményeket nyújtani. A Mátra példája rámutat arra, hogy a kínálati elemek (kulturális, aktív, vallási, gasztro-nómiai, bor-, öko- és slow turizmus stb.) önmagukban nem garantálják a versenyképességet, hanem döntő jelentőségű az észlelt érték kialakítása és kommunikációja. A fenntartható örökségfejlesztés kulcsa az értékazonosítás, az érték tudatos növelése, valamint a belső és külső érintettek felé irányuló koherens marketingkommunikáció. A fenntarthatóság és a versenyképesség nem

egymással szemben álló, hanem egymást erősítő dimenzióként értelmezhető egy reziliens vidéki térségfejlesztési modellben.

Kulcsszavak: kulturális örökség, Mátra, fenntartható

JEL kód: Z39

The cultural heritage of a region (which is a broader concept than the countryside) is an infinitely complex system. So when we talk about its sustainable preservation, care, and even development for future generations, we must also view it in a complex way. This means that equal emphasis must be placed on its social, human, economic, and natural pillars, as any of these could be a critical area for a given region. Furthermore, no two destinations are alike, so there is no universal best practice that can be copied elsewhere in order to create a successful region. Of course, there are "good practices" (local "best practices") that are worth learning from, or learning from mistakes (failure stories) and adapting regional development programs accordingly.

In a sense, Mátra is a "lucky" destination, playing a nationally significant role in terms of tourism, but the question arises as to whether, in addition to its existing natural and cultural heritage and the many unique features of the area, there are any challenging or weaker links among the other pillars necessary for competitiveness.

Keywords: cultural heritage, Mátra, sustainable

JEL code: Z39

Szerző

Dinya Anikó

egyetemi tanársegéd

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Turizmus-Vendéglátás Tanszék

klausmann-dinya.aniko@uni-mate.hu

A VALLÁSI ÉS ZARÁNDOKTURIZMUS, EZEN BELÜL A MÁRIA-TISZTELET MINT A VIDÉKI ÖRÖKSÉG KIEMELKEDŐ ÉRTÉKE HEVES VÁRMEGYÉBEN

RELIGIOUS AND PILGRIMAGE TOURISM INCLUDING MARIAN DEVOTION AS A SIGNIFICANT PART OF RURAL HERITAGE IN HEVES COUNTY

Domjánné Nyizsalovszki Rita

A vallási és zarándokturizmus szorosan kapcsolódik a vidéki örökséghez, hiszen a legtöbb szent hely, kegyhely és vallási emlékhely jellemzően vidéki környezetben alakult ki. A Szűz Mária-tisztelet a magyar vidéki vallásosság egyik legfontosabb eleme, amely évszázadokon át meghatározta a közösségek vallási és kulturális életét. A tárgyi és épített örökségelemek mellett, a zarándoklatokhoz kapcsolódó szokások, rituálék, a körmenetek, imádságok és énekek nemzedékről nemzedékre öröklődnek, így a szellemi kulturális örökség fontos részei. Heves vármegyében Mária tisztelete korán, már a 10. század végén megkezdődött, majd a 11–16. század között folyamatosan fennmaradt. Az évszázadok során számos templomot, kápolnát szenteltek Szűz Mária tiszteletére, kegyhelyek születtek –Magyarország legfiatalabb Mária zarándokhelye Mátraszentimre-Fallóskút is itt található zarándokutak alakultak ki. Különlegesen számítanak a szakrális kisemlékek között a Mátra erdeiben található ún. Mária-képes fák, valamint áthalad a vármegyén Magyarország legjelentősebb zarándokútvonala, a Mária Út is. A vármegye területén található kegyhelyek mellett a Nógrád vármegyei Mátraverebély-Szentkút hatása is meghatározó volt Heves vármegye hitéletére, Mária-tiszteletére nézve.

Kulcsszavak: vallási és zarándokturizmus, szellemi kulturális örökség, zarándokutak

JEL kód: Z39

Religious and pilgrimage tourism is closely linked to rural heritage, as most holy sites, shrines, and religious memorials were typically established in rural areas. The veneration of the Virgin Mary is one of the most important elements of

Hungarian rural religiosity, which has shaped the religious and cultural life of communities for centuries. In addition to tangible and built heritage elements, the customs, rituals, processions, prayers, and songs associated with pilgrimages have been passed down from generation to generation, making them an important part of the spiritual cultural heritage. In Heves County, the veneration of Mary began early, as early as the end of the 10th century, and then continued steadily between the 11th and 16th centuries. Over the centuries, numerous churches and chapels were consecrated in honor of the Virgin Mary, and places of pilgrimage were established. Hungary's youngest Marian pilgrimage site, Mátraszentimre-Fallóskút, is also located here, and pilgrimage routes were established. Among the sacred monuments, the so-called Marian trees in the forests of Mátra are considered special, and Hungary's most important pilgrimage route, the Marian Way, also passes through the county. In addition to the shrines located in the county, the influence of Mátraverebély-Szentkút in Nógrád County was also decisive for the religious life and veneration of Mary in Heves County.

Keywords: religious and pilgrimage tourism, spiritual cultural heritage, pilgrimage routes

JEL code: Z39

Szerző

Domjánné Dr. Nyizsalovszki Rita

tanszékvezető, egyetemi docens

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Gazdaságtudományi Intézet

Turizmus Tanszék

nyizsalovszki.rita@uni-eszterhazy.hu

Dr. Kápolnai Zsombor

Mária Út Európai Hálózatának Szövetsége

kapolnaizsombor@gmail.com

A HELYI TERMÉKEK FOGYASZTÁSI MOTIVÁCIÓJÁNAK LEHETSÉGES MÉRÉSE

POSSIBLE MEASUREMENT OF MOTIVATION TO CONSUME LOCAL PRODUCTS

Gonda Tibor – Csóka László

Jelenleg nincs olyan validált skála, amelyet kifejezetten a helyi kisgazdálkodók által előállított élelmiszerek iránti fogyasztói motivációk marketing szempontú feltárására terveztek. Egy ilyen eszköz kidolgozásával a kutatás olyan eszközt ad a szakemberek és kutatók kezébe, amelynek segítségével a mai környezetben megalapozottabb döntéseket hozhatnak. Miután áttekintettük az ilyen termékek fogyasztásának lehetséges motivációit (minőség, íz, egészség, divat, személyes kapcsolat, környezetvédelem, helyi patriotizmus és eredet), és beépítettük a szakértők véleményét, kidolgoztuk a motivációs skála elemeit. A motivációkat egy reprezentatív online kérdőív segítségével vizsgáltuk 1000 válaszadó bevonásával, majd feltáró (EFA) és megerősítő (CFA) faktorelemzéseket végeztünk a faktorstruktúra véglegesítése és az eredmények validálása érdekében. A kutatás eredményeként egy validált skála született, amely 7 faktorból és 19 tételből áll, és amelynek célja a helyi kisgazdálkodók által előállított élelmiszerek fogyasztási motivációinak mérése, mind gyakorlati alkalmazásra, mind jövőbeli kutatásokra.

Kulcsszavak: fogyasztási motiváció, helyi termékek, validált skála

JEL kód: M21, M31, P36

The aim of the research is to fill a gap in the literature. Currently, there is no validated scale specifically designed to explore consumer motivations for purchasing food produced by local small farmers from a marketing perspective. By developing such a tool, the research provides professionals and researchers with a tool that will help them make more informed decisions in today's environment. After reviewing the possible motivations for consuming such products (quality, taste, health, fashion, personal connection, environmental protection, local patriotism, and origin) and incorporating the opinions of experts,

we developed the elements of the motivation scale. We examined the motivations using a representative online questionnaire involving 1,000 respondents, followed by exploratory (EFA) and confirmatory (CFA) factor analyses to finalize the factor structure and validate the results. The research resulted in a validated scale consisting of 7 factors and 19 items, designed to measure the motivations for consuming food produced by local small farmers, both for practical application and for future research.

Keywords: consumption motivation, local products, validated scale

JEL code: M21, M31, P36

Szerzők

Dr. habil Gonda Tibor

egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Marketing és Turizmus Intézet

gonda.tibor@ktk.pte.hu

Dr. Csóka László

adjunktus

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Marketing és Turizmus Intézet

csoka.laszlo@ktk.pte.hu

A TELJESÍTMÉNYTÚRÁZÁS TERÜLETI MINTÁZATAI ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI SZEREPE MAGYARORSZÁGON

REGIONAL PATTERNS OF PERFORMANCE TOURISM AND ITS ROLE IN RURAL DEVELOPMENT IN HUNGARY

Gyurkó Ádám

A kutatás a teljesítménytúrák országos szintű területi eloszlását és turisztikai jelentőségét mint az aktív turizmus egyik legfontosabb termékét vizsgálja. Az elemzés alapját egy átfogó adatbázis képezi, amely a hazai teljesítménytúrák helyszíneit, időpontjait és távjait rögzíti, lehetővé téve a kínálat térszerkezetének és vidéki kötődéseinek feltárását. Az eredmények rávilágítanak, hogy a teljesítménytúrák nem csupán sport- és szabadidős események, hanem a vidéki térségek turisztikai vonzerejének és gazdasági élénkítésének kulcsszereplői. A rendezvények hozzájárulnak a helyi identitás erősítéséhez, a természeti és kulturális örökség bemutatásához, valamint a kisebb települések szolgáltatási szektorának és vállalkozásainak bevételeihez. A rendszeres, különböző távokat kínáló túrák új látogatói csoportokat vonzanak, elősegítve a szezonon kívüli kereslet növelését és a turizmus területi kiegyensúlyozását. A kutatás eredményei alátámasztják, hogy a teljesítménytúrák az aktív turizmus zászlóshajóiként jelentős hozzáadott értéket képviselnek a vidékfejlesztésben, és stratégiai lehetőséget kínálnak a fenntartható, közösségközpontú turizmusfejlesztési programok számára.

Kulcsszavak: teljesítménytúrák, aktív turizmus, vidékfejlesztés, vidéki örökség
JEL kód: Z32

The research examines the nationwide distribution and tourist significance of performance tours as one of the most important products of active tourism. The analysis is based on a comprehensive database that records the locations, dates, and distances of domestic performance tours, allowing for the exploration of the spatial structure of the offer and its rural connections. The results highlight that performance tours are not only sporting and leisure events, but also key players in the tourist appeal and economic revitalization of rural areas. The events

contribute to strengthening local identity, showcasing natural and cultural heritage, and generating revenue for the service sector and businesses in smaller settlements. Regular tours offering different distances attract new groups of visitors, helping to increase off-season demand and balance tourism across regions. The results of the research confirm that performance tours, as the flagship of active tourism, represent significant added value in rural development and offer a strategic opportunity for sustainable, community-centered tourism development programs.

Keywords: performance tours, active tourism, rural development, rural heritage
JEL code: Z32

Szerző

Dr. Gyurkó Ádám

egyetemi docens

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Gazdaságtudományi Intézet

Turizmus Tanszék

gyurko.adam@uni-eszterhazy.hu

GASZTRONÓMIAI TRENDEK MEGJELÉNÉSE A MÁTRA TÉRSÉGÉNEK HAGYOMÁNYOS KÍNÁLATÁBAN

THE EMERGENCE OF GASTRONOMIC TRENDS IN THE TRADITIONAL OFFER OF THE MÁTRA REGION

Gyurkó Béla

Az aktuális trendek hogyan jelennek meg térségünk hagyományos gasztronómiai kínálatában?

Ennek a témának a körüljárása nem egyszerű feladat. Bizonyos trendek állandónak mondhatók, viszont dinamikus változásoknak is lehetünk tanúi. Az egészség, fenntarthatóság, klímavédelem, amelyek mintegy sztenderdnek tekinthetők, a húsok hatása meghatározó, de azok kiváltása növényi alapú fehérjékkel még nem jellemző. Itt kell arról beszélni, hogy a hagyományos gasztronómiai kínálatban mennyire tudják megjeleníteni a vegetáriánus és vegán élelmiszereket. A regionalitás és a globalizáció ellentmondásként szerepelhet, éppen ezért választottam térségünk kínálatának néhány elemét idehozni. A globalizáció óriási léptékben növekszik, ez olyan trend, amely mellett a regionális kínálat helye és szerepe szűkül a véleményem szerint. A hulladékmentes éttermek trendje is megjelent, pontosan a globalizáció eredményeként. Ez az irányzat sem áll távol a hagyományos gasztronómiánktól.

Kulcsszavak: gasztronómia, trendek, Mátra, hagyományok, egészség.

JEL kód: Z32, Z10, R11

How do current trends appear in the traditional gastronomic offer of our region?

Navigating this topic is not an easy task. Certain trends can be said to be permanent, but we can also witness dynamic changes. Health, sustainability, climate protection, which can be considered as standards, here we can state that the impact of meat is decisive, but their replacement with plant-based proteins is not yet typical. Here we need to talk about the extent to which vegetarian and vegan foods can be represented in the traditional gastronomic offer. Regionality and globalization can appear as a contradiction, which is why I chose to bring some elements of our region's offer here. Globalization is growing at a huge

scale, this is a trend that, in my opinion, narrows the place and role of regional offer. The trend of waste-free restaurants has also appeared, precisely as a result of globalization. This trend is not far from our traditional gastronomy either.

Keywords: gastronomy trends, Mátra, tradition, health

JEL codes: Z32, Z10, R11

Szerző

Gyurkó Béla

turisztikai szakértő, okleveles vidékfejlesztő agrármérnök

Dél-Mátra Közhasznú Egyesület, Domoszlói Idegenforgalmi Egyesület,

Heves Megyei Falusi Turizmus Egyesület

gyurkobela55@gmail.com

NÉPTÁNCHAGYOMÁNYAINK MEGJELENÉSE A VIDÉKI TURIZMUSBAN HEVES VÁRMEGYÉBEN

THE APPEARANCE OF OUR FOLK DANCE TRADITIONS IN RURAL TOURISM IN HEVES COUNTY

Gyurkó Béla

A téma aktualitását mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy már 1939-ben arra hívták fel a figyelmet, hogy „a néptánc az utolsó óráit éli. A mai fiatal nemzedéket a nemzetközi tánc teljesen megfertőzte.”

Az idézett szöveg 1939-ből származik. A mindennapjainkban is tapasztalhatjuk, hogy mindamellett, hogy szép példáit látjuk a néptánc hagyományaink ápolásának, sajnos egyre nagyobb kihívásnak is tekinthetjük ezt a tevékenységet. A hagyományőrző csoportok vidéki turizmusban való szerepvállalása lehetne az egyik olyan terület, amely a további fejlődést, fennmaradást biztosíthatja. Ezen területről mutatok néhány lehetőséget.

De nagy a konkurencia minden oldalról. A fiatalokat nagyon intenzív hatások érik, a szabadidő-eltöltés lehetőségeinek széles tárházával találják szembe magukat. A médiumok kínálta lehetőségek csábítóan hatnak erre a korosztályra is.

Kulcsszavak: néptánc hagyományok, Heves vármegye, hagyományőrző csoportok, fiatalok

JEL kód: O18, R11, Z32

Nothing proves the topicality of the topic better than the fact that in 1939 attention was drawn to the fact that "folk dance is living its last hours. Today's young generation has been completely infected by international dance."

The quoted text dates back to 1939. We can also experience in our everyday lives that, despite the fact that we see beautiful examples of the cultivation of our folk dance traditions, we can unfortunately also see this activity as an increasingly greater challenge.

The role of traditional groups in rural tourism could be one of the areas that can ensure further development and survival. I will show you some opportunities in this area.

But there is great competition from all sides. Young people are very intensely influenced, and they find themselves faced with a wide range of opportunities for spending their free time. The opportunities offered by the media have a tempting effect on this age group as well.

Keywords: folk dance, traditions, Heves County, traditional groups, young people

JEL code: O18, R11, Z32

Szerző

Gyurkó Béla

turisztikai szakértő, okleveles vidékfejlesztő agrármérnök

Dél-Mátra Közhasznú Egyesület, Domoszlói Idegenforgalmi Egyesület,

Heves Megyei Falusi Turizmus Egyesület

gyurkobela55@gmail.com

TANÓRÁN KÍVÜLI LEHETŐSÉGEK A VIDÉKI ÖRÖKSÉG MEGŐRZÉSÉRE

EXTRACURRICULAR OPPORTUNITIES FOR PRESERVING RURAL HERITAGE

Herbály Katalin – Kőszegi Irén Rita

A vidékfejlesztés leggyakrabban megfogalmazott célja a vidék népességmegtartó erejének fokozása. Ahhoz, hogy ezt a célkitűzést teljesíteni lehessen, kiemelten fontos feladat a vidék gazdálkodási-és kulturális hagyományainak feltárása, megőrzése, valamint fejlesztése.

Fentiek alapján a felsőoktatásban módot kell adni a jövő vidéki értelmisége számára a lexikális tudás mellé a gyakorlati ismeretek becsatornázására a hagyományos oktatási formákon túl is. Erre jó példa a kutatótáborok szervezése, melyek keretein belül megvalósítható a már több évtizedes gyakorlattal rendelkező oktatók, és a mindenkori hallgatók együttműködése. Kiegészítésként célszerű a tanulmányutak, és a beadandó feladatok nevezett célkitűzést szolgáló tartalommal történő kiegészítése, módosítása is.

Jelen tanulmány arra kíván rámutatni, hogy a vidéki hagyományok hallgatók általi feltárása, és adaptálása hogyan biztosítja azon kompetenciák fejlesztését, amelyek hozzájárulnak a vidék jövőbeni gazdasági- és társadalmi fejlesztéséhez.

Kulcsszavak: vidéki közösségek, kutatótáborok, hagyományőrzés, értékek, vidéki turizmus

JEL kód: O18

Increasing the population retention capacity of rural areas is the most frequently articulated objective of rural development. In order to achieve this goal, it is crucial to explore, preserve, and develop the economic and cultural traditions of rural areas.

Based on the above, higher education must provide future rural intellectuals with opportunities to acquire practical knowledge in addition to lexical knowledge, beyond traditional forms of education. A good example of this is the organization of research camps, which provide a framework for cooperation

between professors with decades of experience and current students. In addition, it is advisable to supplement and modify study trips and assignments with content that serves the above-mentioned objective.

This study aims to highlight how the exploration and adaptation of rural traditions by students ensures the development of competencies that contribute to the future economic and social advancement of rural areas.

Keywords: rural communities, research camps, preservation of traditions, values, rural tourism

JEL code: O18

Szerzők

Dr. Herbály Katalin

főiskolai tanár

Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar
Agrárökonómiai és Vidékfejlesztési Tanszék
herbaly.katalin@nje.hu

Dr. Kőszegi Irén Rita

egyetemi docens

Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar
Agrárökonómiai és Vidékfejlesztési Tanszék
koszegi.iren@nje.hu

ÚJ ÍZEK ÉS ÉLMÉNYEK NYOMÁBAN – BABY LEAFEK ÉS EHETŐ VIRÁGOK FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE

IN SEARCH OF NEW FLAVORS AND EXPERIENCES – CONSUMER
PERCEPTIONS OF BABY LEAF GREENS AND EDIBLE FLOWERS

Hovanecz-Sándor Viktória – Kerekesné Mayer Ágnes – Kovács Gyöngyi

A baby leaf saláták és az ehető virágok az elmúlt években egyre hangsúlyosabb szerepet kapnak a gasztronómiában, különösen a fine dining és a tudatos étkezés területén. Kutatásunk célja e termékcsoportok bemutatása, valamint a fogyasztói attitűdök és a jövőbeli fogyasztási trendek feltérképezése. Alapkutatásunk során áttekintettük a baby leafek és az ehető virágok hazai és nemzetközi helyzetét, felhasználási lehetőségeit, valamint a hozzájuk kapcsolódó táplálkozási és esztétikai értékeket. A továbbiakban séfekkel készített interjúk, illetve fogyasztói felmérések segítségével vizsgáljuk, hogyan látják a szakemberek és a vásárlók e termékek gasztronómiai szerepét és piaci potenciálját. Célunk, hogy átfogó képet adjunk arról, miként befolyásolhatják a baby leafek és ehető virágok a jövő étkezési szokásait, és hogyan járulhatnak hozzá az étkezési élmény gazdagításához. Eredményeink várhatóan hozzájárulnak a termelők, éttermek és gasztronómiai szereplők stratégiáinak kialakításához, valamint a fogyasztói edukációhoz.

Kulcsszavak: baby leaf, ehető virág, gasztronómia, fogyasztói percepció, élelmiszertrendek

JEL kód: Z32, Q13

Baby leaf salads and edible flowers have been playing an increasingly important role in gastronomy in recent years, especially in fine dining and conscious eating. The aim of our research is to present these product groups and to map consumer attitudes and future consumption trends. In our basic research, we reviewed the domestic and international situation of baby leaves and edible flowers, their possible uses, and their nutritional and aesthetic values. In the following, we use interviews with chefs and consumer surveys to examine how professionals and consumers view the gastronomic role and market potential of

these products. Our goal is to provide a comprehensive picture of how baby leaves and edible flowers can influence future eating habits and contribute to enriching the dining experience. Our findings are expected to contribute to the development of strategies for producers, restaurants, and gastronomic players, as well as to consumer education.

Keywords: baby leaf, edible flowers, gastronomy, consumer perception, food trends

JEL code: Z32, Q13

Szerzők

Hovanecz-Sándor Viktória

Phd hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális
Tudományok Doktori Iskola
sandor.viktoria94@gmail.com

Kerekesné Dr. Mayer Ágnes

főiskolai docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet Turizmus-Vendéglátás Tanszék
kerekesne.mayer.agnes@uni-mate.hu

Dr. Kovács Gyöngyi

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet Turizmus-Vendéglátás Tanszék
kovacs.gyongyi@uni-mate.hu

A MÁRIA ÚT MINT EURÓPA POTENCIÁLIS KULTURÁLIS ÚTVONALA

THE WAY OF ST. MARY AS A POTENTIAL CULTURAL ROUTE IN EUROPE

Kápolnai Zsombor

A Mária Út közel két évtizede van jelen Európában mint zarándokút. A nemzetközi szervezet tevékenysége a zarándoklás mellett kulturális eseményeket, kiállításokat, kórus találkozókat, ismeretterjesztő előadásokat, tudományos kutatásokat és konferenciákat valósít meg. A hálózat széles körű tevékenységei adták az alapját annak a gondolatnak, hogy a Mária Út az Európa Tanács kulturális útvonal minősítési eljárásában részt vegyen. Ez a kulturális turizmus egyik legfontosabb minősítése Európában.

Az Európa Tanács kulturális útvonal-minősítési eljárása során a szervezetnek a minősítést megelőző három év tevékenységét, illetve a szervezet működésének bemutatását szükséges megtenni. Így a szervezetnek évekig egy magas színvonalú stratégia mentén kell működni. A tanulmány bemutatja a Mária Út témáját, és tevékenységét, továbbá elemzi a minősítési kritériumok teljesítését is. A minősítés fontos témája az örökségi helyszínek innovatív megőrzése, különösen a vidéki térségekben. A tanulmány több jó gyakorlatot is bemutat.

Kulcsszavak: Európa Tanács, Kulturális Útvonalak, Mária Út, örökségi helyszínek

JEL kód: Z12

Mary's Route has been known in Europe as a pilgrimage route for almost two decades. In addition to pilgrimages, the international organization also organizes cultural events, exhibitions, choir meetings, educational lectures, scientific research, and conferences. The network's wide-ranging activities provided the basis for the idea that Mary's Route should participate in the Council of Europe's cultural route certification process. This is one of the most important certifications for cultural tourism in Europe.

During the Council of Europe's cultural route certification process, the organization must present its activities from the three years prior to certification and describe how it operates. This means that the organization must operate according to a high-quality strategy for several years. The study presents the theme and activities of the Mary's Route and analyzes its compliance with the certification criteria. An important theme of the certification is the innovative preservation of heritage sites, especially in rural areas. The study presents several examples of good practice.

Keywords: Council of Europe, Cultural Routes, Mary's Route, cultural tourism, heritage sites

JEL code: Z12

Szerző

Dr. Kápolnai Zsombor

Mária Út Európai Hálózatának Szövetsége
kapolnaizsombor@gmail.com

KISÚJSZÁLLÁS KULTURÁLIS ALAPÚ TURISZTIKAI POTENCIÁLJÁNAK VIZSGÁLATA

EXAMINATION OF THE CULTURAL TOURISM POTENTIAL OF KISÚJSZÁLLÁS

Kovács Tibor

Kutatásunk Kisújszállás kulturális alapú turisztikai potenciálját vizsgálja, különös tekintettel a nagykun identitás újraértelmezésére. Az alföldi táj földrajzi és történeti sajátosságai alapvetően formálják a város kulturális arculatát. Közel 160 értéktári elem, szobor, épített örökség és civil kezdeményezés szolgál a helyi identitás reprezentációjául, ezek az értékek nemcsak közösségi, hanem potenciálisan piaci jelentőséggel is bírnak. A kultúra gazdasági erőforrásként való értelmezése különösen releváns periférikus helyzetű városok esetében. Kisújszállás kulturális erőforrásainak hasznosítása jelenleg esetleges és koncepcióalan hiányos. Kutatásunk kvalitatív és kvantitatív módszerekre támaszkodik: dokumentumelemzésre, interjúkra, értéktérképezésre és attrakció-értékelésre. Vizsgáljuk a turisztikai elemek erősségeit, hiányosságait és a helyi közösség attitűdjeit. Kiemelt figyelmet fordítunk a nagykun örökség kulturális marketingben való szerepére. A város a vizsgálatok alapján „rejtett kulturális központként” értelmezhető, ez a szerep lehetőséget kínál a turisztikai arculat újrapozicionálására. Eredményeinket SWOT-analízis segítségével tesszük áttekinthetővé. A kutatás végső célja egy fenntartható, közösségi alapú fejlesztési javaslatcsomag kidolgozása, amely elősegítheti a város identitásának és rezilienciájának megerősítését. Kisújszállás így válhat élő kulturális térré, amely hitelesen meséli és közvetíti saját történeteit.

Kulcsszavak: turisztikai potenciál, Kisújszállás, kultúra

JEL kód: Z32

Our research examines the cultural tourism potential of Kisújszállás, with a particular focus on the reinterpretation of the Nagykun identity. The geographical and historical characteristics of the Great Plain landscape fundamentally shape the cultural image of the town. Nearly 160 cultural assets, sculptures, built

heritage sites, and civil initiatives serve as representations of local identity, and these assets are significant not only for the community but also potentially for the market. Interpreting culture as an economic resource is particularly relevant in the case of towns in peripheral locations. The utilization of Kisújszállás's cultural resources is currently random and conceptually incomplete. Our research is based on qualitative and quantitative methods: document analysis, interviews, value mapping, and attraction evaluation. We examine the strengths and weaknesses of tourism elements and the attitudes of the local community. We pay special attention to the role of the Nagykun heritage in cultural marketing. Based on our research, the city can be interpreted as a "hidden cultural center," a role that offers an opportunity to reposition its tourism image. We use SWOT analysis to present our results in a clear manner. The ultimate goal of the research is to develop a package of sustainable, community-based development proposals that can help strengthen the city's identity and resilience. In this way, Kisújszállás can become a living cultural space that authentically tells and conveys its own stories.

Keywords: tourism potential, Kisújszállás, culture

JEL code: Z32

Szerző

Dr. habil. Kovács Tibor

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Turizmus-Vendéglátás Tanszék

kovacs.tibor@uni-mate.hu

SZÁLLÁSHELYEK SZOLGÁLTATÁS-KOMMUNIKÁCIÓJA ÉS A VIDÉKI ÉLMÉNY DIMENZIÓINAK MEGJELENÉSE A FALUSI TURIZMUSBAN

SERVICE COMMUNICATION OF ACCOMMODATION PROVIDERS AND THE DIMENSIONS OF RURAL EXPERIENCES IN RURAL TOURISM IN HUNGARY

Kulcsár Noémi – Behringer Zsuzsanna

A falvak gyakran elenyésző szerepet kapnak egy ország turizmusában. Leginkább a kisgyermekes családok és az idős párok mutatnak érdeklődést iránta, akik számára a természetközelség, a helyi kultúra és gasztronómia megtapasztalása a leginkább motiváló tényező. Népszerűbb desztinációk közé sorolhatók a pezsgő kulturális központok és a szolgáltatások komplexitását mutató nagyvárosok. A pozitívumok mellett látjuk ennek hátrányait is az uniformizált élménykínálat és a degeneratív folyamatok (pl. túlturizmus) formájában. A falvakban mindez elkerülhető, és vonzó vidéki élmény kínálható. De vajon mit ígérnek a falvakban lévő szálláshely-szolgáltatók a vidéki élményt kereső fogyasztóknak? Milyen hatása lehet e kommunikációnak a desztináció vendégforgalmára? Célunk a kínálat felmérése a magyar falusi turizmusban regisztrált 874 szálláshely online kommunikációjának elemzésével. A kutatás eredményei rávilágítanak a szolgáltatás kommunikációjának fejlett és fejlesztendő példáira, továbbá szakmai javaslatra engednek következtetni a vidéki vendégélmény tervezésére.

Kulcsszavak: falusi turizmus, szálláshelyek, kommunikáció, élménytervezés, élményígéret

JEL kód: R1, Z3

Villages often play a negligible role in a country's tourism. They are mostly popular with families with young children and elderly couples, for whom proximity to nature and experiencing local culture and gastronomy are the most motivating factors. Popular destinations include vibrant cultural centres and large cities with a wide range of services. Alongside the positives, we also see the

disadvantages of this in the form of a uniform range of experiences and degenerative processes (e.g., overtourism). All this can be avoided in villages, which offer an attractive rural experience. But what do accommodation providers in villages promise consumers seeking a rural experience? What impact can this communication have on visitor numbers to the destination? Our goal is to assess the offerings by analysing the online communication of 874 registered accommodations in Hungarian rural tourism. The results of the research highlight advanced and improvable examples of service communication and allow us to draw conclusions for professional recommendations for planning the rural guest experience.

Keywords: rural tourism, accommodations, communication, experience design, experience promise

JEL code: R1, Z3

Szerzők

Dr. Kulcsár Noémi

intézetvezető, egyetemi docens

Budapesti Metropolitan Egyetem
nkulcsar@metropolitan.hu

Dr. Behringer Zsuzsanna

főiskolai docens

Budapesti Metropolitan Egyetem,
PhD hallgató

Neumann János Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok
Doktori Iskola
zbehringer@metropolitan.hu

BORFOGYASZTÁSI ATTITÚDOK A HAZAI FOGYASZTOK KÖRÉBEN

WINE CONSUMPTION ATTITUDES AMONG DOMESTIC CONSUMERS

Lenkovics Beatrix – Soós Gabriella – Lugasi Andrea

A bortermelés és borfogyasztás jelentős társadalmi és gazdasági szerepet tölt be világszerte. Az országok közötti különbségek a borvidékek sokféleségéből és a fogyasztói szokások eltéréseiből adódnak. A borágazat globális piacon működik, ahol a termelési és fogyasztási trendek folyamatosan változnak. Az elmúlt évtizedekben a nemzetközi borpiac jelentős szerkezeti átalakuláson ment keresztül. Magyarország borfogyasztási kultúrája is jelentős átalakulást tapasztalt, követve a globális trendeket. A jelen kutatás célja a hazai borfogyasztók vásárlási és fogyasztási szokásainak vizsgálata volt. Külön figyelmet kapott a borválasztást befolyásoló tényezők, valamint a fogyasztás és vásárlás helyszínei. A kérdőíves felmérés eredményei szerint a borfogyasztás gyakorisága szorosan összefügg a jövedelmi helyzettel és az iskolázottsággal. A magasabb jövedelmű és képzetesebb válaszadók gyakrabban vásárolnak bort, ami összhangban van a nemzetközi trendekkel. Az elmúlt években minőségi átalakulás figyelhető meg a korszerű szőlészeti és borászati technológiák révén. A minőség iránti növekvő fogyasztói igény és a tudatos, borhoz értő fogyasztói réteg kialakulása is befolyásolta a piacot. A borválasztásnál a válaszadók legfontosabb szempontjai a bor színe, a szőlőfajta, a borvidék és a pincészet voltak.

Leggyakrabban vörösbort fogyasztanak, ezt követi a fehér és a rozé bor, míg a száraz borok dominálnak, különösen a férfiak körében. A borvásárlások túlnyomó része multinacionális kiskereskedelmi láncokban történik, de az étel- és italfesztiválok szerepe növekszik. Összességében a magyar borfogyasztást gazdasági és demográfiai tényezők befolyásolják, miközben az élményalapú fogyasztási alkalmak jelentősége is növekszik.

Kulcsszavak: borvásárlási és borfogyasztási szokások

JEL kód: D12

Wine production and consumption play a significant social and economic role worldwide. Differences between countries arise from the diversity of wine regions and consumer habits. The wine sector operates within a global market, where production and consumption trends are constantly evolving. In recent decades, the international wine market has undergone substantial structural changes. Hungary's wine culture has also experienced notable transformations, reflecting global trends. The aim of this study was to examine domestic wine consumers' purchasing and consumption habits. Particular attention was given to factors influencing wine selection, as well as the locations of consumption and purchase. Survey results indicate that wine consumption frequency is closely associated with income and education levels. Higher-income and better-educated respondents purchase wine more frequently, consistent with international patterns. Recent years have seen a qualitative shift due to modern viticultural and oenological technologies. Increasing consumer demand for quality and the emergence of knowledgeable, discerning consumers have influenced the market. Among factors affecting wine choice, respondents prioritized wine color, grape variety, wine region, and winery. Red wine is consumed most frequently, followed by white and rosé wines, while dry wines dominate, especially among men. Most wine purchases occur in multinational retail chains, although food and wine festivals are gaining importance. Overall, Hungarian wine consumption is influenced by economic and demographic factors, with experiential consumption occasions becoming increasingly significant.

Keywords: wine purchasing and consumption habits

JEL code: D12

Szerzők

Dr. Lenkovics Beatrix

főiskolai docens

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem Nemzetközi Gazdálkodási Kar
Turizmus és Vendéglátás Tanszék
lenkovics.beatrix@uni-bge.hu

Dr. Soós Gabriella

tudományos munkatárs

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem Marketing és Üzleti Kommunikáció
Kar Marketing Tanszék
soós.gabriella@uni-bge.hu

Lugasi Andrea

főiskolai tanár

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem Vendéglátás Tanszék
lugasi.andrea@uni-bge.hu

AZ ÖRÖKSÉGVÉDELEM TÁRSADALMI KIHÍVÁSAI HOLLÓKÓ PÉLDÁJÁN

THE SOCIAL CHALLENGES OF HERITAGE PRESERVATION THROUGH THE EXAMPLE OF HOLLÓKÓ

Nagyné Molnár Melinda – Lőrinc Balázs – Bogárdi Tünde

Hollókó Világörökség. A nemzetközi elismertségű falu jövője turisztikai szempontból két pilléren nyugszik. Egyrészt azon, hogy milyen sikeres turisztikai kínálati elemek működnek a faluban, másrészt azon, hogy miként képes a falu népe a védett örökséget tovább éltetni. Fontos kiemelni, hogy örökséggé csak azok a múltban gyökerező értékek válhatnak, amikre a jelenkor embere is értéként tekint. Azaz valamilyen formában megújítható a jelenkor és a jövő generációi számára. A Faluszemináriumi Kutatóműhely 2023-as vizsgálatai alapján az előadásban arra keressük a választ, hogy vajon megvannak-e a gazdag múltbéli örökség továbbéltetéséhez a demográfiai és intézményi feltételek ma. Egy népességvesztő falu esetében, mely alig háromszáz főt számol torz, előregedett korstruktúrával, fölmerül a kérdés: vajon ki viszi tovább az örökséget? Az autentikus helyi közösség átalakult, még a hollókói születésűek sem nőnek már bele a családban a hagyományba. Ezekkel a kérdésekkel természetesen Hollókó nem az utóbbi években szembesült először. Éppen ezért válaszokat, cselekvési terveket is kidolgozott a helyi menedzsment. Így indult el például az óvodai, iskolai programokban a hollókói értékek továbbadására egy saját hagyományőrzési program. De vajon működnek-e ma ezek az intézményi keretek?

Kulcsszavak: világörökség, örökségvédelem, Faluszemináriumi Kutatóműhely, autentikus helyi közösség, hagyományőrzési program

JEL kód: R580

Hollókó is a World Heritage site. The future of this internationally recognized village rests on two pillars, from a tourism perspective: first, the success of the touristic elements offered in the village, and second, the community's ability to sustain and transmit the protected heritage. It is important to emphasize that only those values rooted in the past can become "heritage" which contemporary

society also recognizes as valuable. In other words, such values must be capable of renewal in forms that remain meaningful for present and future generations.

Based on the 2023 research of the Faluszeminárium Research Workshop, this presentation explores whether the demographic and institutional conditions required for the transmission of this rich historical heritage are present today. In a depopulating village with barely three hundred inhabitants and a distorted, aging age structure, the pressing question arises: who will carry the heritage forward? The authentic local community has transformed, and even those born in Hollókő no longer grow into tradition within the family.

Naturally, these challenges are not new to Hollókő. The local management has already developed responses and action plans. For instance, a heritage-preservation program was introduced in kindergarten and school education to pass on the values of Hollókő. Yet the crucial question remains: are these institutional frameworks effective today?

Keywords: World Heritage, heritage protection, Faluszeminárium Research Workshop, authentic local community, heritage-preservation program

JEL code: R580

Szerzők

Nagyné Dr. Molnár Melinda

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék
nagyne.molnar.melinda@uni-mate.hu

Lőrincz Balázs

PhD hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdaság- és Regionális Tudományok Doktori Iskola
lorinc.balazs@phd.uni-mate.hu

Dr. Bogárdi Tünde egyetemi docens

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Társadalomtudományi Intézet Társadalomismereti Tanszék
bogardi.tunde@uni-eszterhazy.hu

A HUNGARIKUMOK VIDÉKFEJLESZTÉSI HATÁSAINAK VIZSGÁLATA AZ EGYETEMI OKTATÁSBAN

ANALYSIS OF THE RURAL DEVELOPMENT EFFECT OF HUNGARIKUMS IN UNIVERSITY EDUCATION

Némediné Kollár Kitti – Urbánné Malomsoki Mónika – Urbán Anna

A hungarikumok mint tématerület 2012-ben került fókuszba, amikor az Országgyűlés megalkotta a 2012. évi XXX. törvényt a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról. Az addig nem hivatalos formát öltő definiálás konkrét jogszabályi formában is testet öltött, pontosan megfogalmazva, hogy a hungarikum egy „gyűjtőfogalom, amely szakterületi kategóriák szerinti besorolásban nyilvántartva olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye” (2012. évi XXX. tv.). A törvénynek és később a 324/2020. (VII. 1.) Korm. rendeletnek köszönhetően megkezdődhetett a nemzeti értékek és a hungarikumok rendszerének felépítése.

Intézményünkben már ekkor beépítettük az oktatási-kutatási portfólióba. A téma és a regionális gazdaságtani kutatások összefüggéseinek keretében minden tanévben vizsgálatokat végzünk a hallgatókkal. Ennek is köszönhető, hogy az elmúlt 12 évben több mint 500 hallgatónk foglalkozott a települési és területi értékeinkkel, valamint a hungarikumokkal és azok térgazdasági összefüggéseivel. A tanulmányok és tantárgyi kutatások számos hallgató számára is kedvelté tették a témát, így kb. 20 szak- és diplomadolgozat született a témában. A hungarikumok kutatása nagy hatással van a vidéki örökség fenntartására, hiszen szinte minden hungarikumnak van területi vonatkozása, amely egy adott és egyben jól lehatárolható földrajzi egység. Az ott élő emberek mindennapjait tükrözik a hungarikumok és megőrzésük, népszerűvé tételük a terület számára gazdaságfejlesztő hatással is bír.

Kulcsszavak: hungarikum, oktatás, regionális- és helyi gazdaságfejlesztés

JEL kód: O18, R19

The topic of Hungarikums came into focus in 2012, when the Hungarian Parliament passed Act XXX of 2012 on Hungarian national values and Hungarikums. The previously unofficial definition took concrete legal form, precisely stating that a Hungaricum is a "collective term which, classified according to specialist categories, denotes a value worthy of distinction and emphasis, which, with its characteristics, uniqueness, and quality typical of the Hungarian people, uniqueness, distinctiveness, and quality, representing the pinnacle of Hungarian achievement" (Act XXX of 2012). In accordance with the law and later Government Decree 324/2020. (VII. 1.), the establishment of a system of national values and Hungarikums could begin.

At that time, we had already incorporated it into our educational and research portfolio. Every academic year, we conduct studies with our students within the framework of this topic and its connections to regional economic research. As a result, over the past 12 years, more than 500 of our students have studied our municipal and regional values, as well as Hungaricums and their spatial economic connections. The studies and subject research have made the topic popular among many students, resulting in approximately 20 theses on this subject. Research into Hungaricums has a major impact on the preservation of rural heritage, as almost every Hungaricum has a regional connection, which is a specific and clearly definable geographical unit. Hungarian specialties reflect the everyday lives of the people who live there. Preserving Hungarian specialties and promoting them also has an economic impact on the region.

Keywords: Hungaricum (Hungarian specialties), education, regional and local economic development

JEL code: O18, R19

Szerzők

Némediné Dr. Kollár Kitti

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés- és Fenntartható
Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék
nemedine.kollar.kitti@uni-mate.hu

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki munkatárs

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés- és Fenntartható
Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék
urbanne.malomsoki.monika@uni-mate.hu

Urbán Anna

hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

A „GREAT WINE CAPITALS HÁLÓZAT” – MAGYARORSZÁG ESÉLYEI A BEKERÜLÉSRE

THE GREAT WINE CAPITALS NETWORK – HUNGARY'S CHANCES OF JOINING

Pallás Edit Ilona

A Great Wine Capitals Global Network egy olyan nemzetközi bormarketing-, borturisztikai-, és kapcsolatépítő kezdeményezés, amely neves borvidékeket és bortermelő régiókat fog össze szerte a világon, hogy ösztönözze a borturizmust, a minőségfejlesztést, a kulturális sokszínűséget, valamint az iparág és turizmus közötti együttműködést. A kutatás célja annak vizsgálata, hogy Magyarországnak, azon belül is melyik borvidéknek van esélye arra, hogy bekerüljön ebbe a hálózatba. Azt is áttekintettem, hogy milyen feltételek teljesülése esetén nyílnak erre lehetőségek.

Kulcsszavak: Great Wine Capitals Global Network, bormarketing, világszintű együttműködés

JEL kód: Z39

The Great Wine Capitals Global Network is an international wine marketing/wine tourism/networking initiative that brings together renowned wine regions and wine-producing regions around the world to promote wine tourism, quality improvement, cultural diversity, and cooperation between the industry and tourism. The aim of this research is to examine which wine region in Hungary has the potential to join this network. I also reviewed the conditions that must be met in order for this to happen.

Keywords: Great Wine Capitals Global Network, wine marketing, global cooperation

JEL codes: Z39

Szerző

Dr. Pallás Edit Ilona

tanszékvezető egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés- és Fenntartható

Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

pallas.edit.ilona@uni-mate.hu

AKTÍV TURISZTIKAI TERMÉKEK AKADÁLYMENTESÍTÉSE – A VIDÉKI TÉRSÉGEK LEHETŐSÉGEI

MAKING ACTIVE TOURISM PRODUCTS ACCESSIBLE – OPPORTUNITIES IN RURAL AREAS

Raffay Zoltán

A fogyatékossgal élők számának és a teljes népességen belüli arányának növekedésével az akadálymentesítés kérdésköre egyre fontosabb a turizmusban, így értelemszerűen a vidéki turizmusnak is foglalkoznia kell vele. E célcsoport turisztikai élményekhez juttatása a vidéki turizmus szereplői számára (is) nem csupán erkölcsi kötelesség, de egyben komoly üzleti lehetőség is, ha sikerül felszámolni azokat az építészeti, információs, attitűdbeli stb. akadályokat, amelyek ma még nehezítik vagy akár el is lehetetlenítik a fogyatékossgal élők utazásait. Pozitívumnak tekinthető, hogy Magyarország elmúlt évtizedekben készült turizmusfejlesztési stratégiái közül több (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia I. és II., Kerékpáros Turizmus Fejlesztési Stratégiája, Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia) említi a fogyatékossgal élők szabadidős elfoglaltságának biztosítását, az újabb dokumentumok (Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030, Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030, Nemzeti Víziturisztikai Stratégia 2030, Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia 2030) pedig jelentősen több figyelmet szentelnek e kérdésnek. Mivel a vidéki területeken van a legtöbb (és a legnagyobb élményt nyújtó) aktív turisztikai lehetőség – túraútvonalak, vízi útvonalak, kerékpáros utak, horgász helyek, falusi turizmus –, viszonylag kis beruházással újabb célcsoport megnyerése válik lehetségessé bizonyos feltételek teljesülése esetén (az univerzális tervezés elveinek alkalmazása, a turisztikai szolgáltatók és alkalmazottak érzékenyítése, a működő jó gyakorlatok átvétele révén).

Kulcsszavak: akadálymentesítés a turizmusban, fogyatékossgal élők szabadidős elfoglaltsága, aktív turizmus

JEL kód: Z32

With the number of people with disabilities and their proportion of the total population increasing, the issue of accessibility is becoming increasingly important in tourism, so it stands to reason that rural tourism should also address it. Providing this target group with tourist experiences is not only a moral obligation for rural tourism operators, but also a significant business opportunity if the architectural, informational, attitudinal, and other barriers that currently make travel difficult or even impossible for people with disabilities can be eliminated. It is positive that several of Hungary's tourism development strategies from recent decades (National Tourism Development Strategy I and II, Cycling Tourism Development Strategy, Equestrian Tourism Product Development Strategy) mention ensuring leisure activities for people with disabilities, while more recent documents (National Active Tourism Strategy 2030, National Cycling Strategy 2030, National Water Tourism Strategy 2030, National Fishing Tourism Strategy 2030) devote significantly more attention to this issue. Since rural areas offer the most (and most enjoyable) active tourism opportunities – hiking trails, water routes, cycling routes, fishing spots, rural tourism – it is possible to attract a new target group with relatively little investment, provided that certain conditions are met (application of universal design principles, sensitization of tourism service providers and employees, adoption of good practices).

Keywords: accessibility in tourism, leisure activities for people with disabilities, active tourism

JEL code: Z32

Szerző

Dr. Raffay Zoltán

egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Marketing és Turizmus Intézet

raffay.zoltan@ktk.pte.hu

VIDÉKI ÉRTÉKEK MEGJELÉNÍTÉSE AZ EXPO 2025 NEMZETI PAVILONJAI ÁLTAL KÖZVETÍTETT DESZTINÁCIÓ IMÁZSBAN

SHOWCASING RURAL VALUES IN THE DESTINATION IMAGE CONVEYED BY THE NATIONAL PAVILIONS AT EXPO 2025

Rátz Tamara

A világkiállítások hagyományosan nemcsak a technológiai és kulturális innovációk bemutatásának terepei, hanem a nemzeti identitás és az országimázs formálásának szimbolikus eszközei is. Az oszakai Expo 2025 nemzeti pavilonjai komplex üzeneteket közvetítenek arról, hogyan kívánják az egyes országok megjeleníteni saját értékeiket a nemzetközi közönség előtt. Az utóbbi évtizedekben mind erőteljesebben jelenik meg a vidéki terekhez, hagyományokhoz és életmódhoz kapcsolódó imázsépítés, amely a turizmusban egyre fontosabb szerepet játszik. A világkiállításokon rendszerint fontos szerepet kap a hagyományos kézművesség és a természeti értékek bemutatása, az oszakai expón azonban a korábbinál hangsúlyosabban jelentek meg ezek a témák, különösen a rurális életforma kulturális jelentősége. A vidéki térségek turisztikai potenciálja túlmutat a pusztá látványosságokon: hozzájárulhat a regionális fejlődéshez, illetve a fenntartható és felelősségteljes turizmus népszerűsítéséhez. A világkiállítás mint globális kommunikációs platform alkalmat kínál arra, hogy az országok tudatosan építsenek be vidéki imázslemeiket nemzeti turisztikai márkájukba, ugyanakkor kihívást jelent, hogy a vidéket ne csupán romantikus, idealizált térként, hanem a kortárs társadalmi-gazdasági folyamatok aktív résztvevőjeként mutassák be.

Kulcsszavak: ruralitás, világkiállítás, országimázs

JEL kód: Z32, Q19, Z13

World Expositions have traditionally served not only as arenas for showcasing technological and cultural innovations but also as symbolic tools for shaping national identity and country image. The national pavilions of Expo 2025 in Osaka convey complex messages about how individual countries wish to

present their values to an international audience. In recent decades, image-building linked to rural spaces, traditions, and lifestyles has become increasingly prominent, playing a growing role in tourism. At world expos, traditional crafts and natural assets usually occupy an important place; however, at the Osaka Expo these themes appear more emphatically than before, particularly the cultural significance of rural lifestyles. The tourism potential of rural areas goes beyond mere attractions: it can contribute to regional development as well as to the promotion of sustainable and responsible tourism. As a global communication platform, the World Expo provides an opportunity for countries to consciously integrate rural image elements into their national tourism brands. At the same time, it poses the challenge of representing the countryside not only as a romanticized, idealized space, but also as an active participant in contemporary socio-economic processes.

Keywords: rurality, world expo, country image

JEL code: Z32, Q19, Z13

Szerző

Dr. Rátz Tamara

tanszékvezető, főiskolai tanár

Kodolányi János Egyetem Gazdálkodástudományi Kar Turizmus Tanszék

tratz@kodolanyi.hu

A KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG SZEREPE BODONY KÖZSÉG FALUSI TURIZMUSÁBAN

THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE IN RURAL TOURISM OF BODONY VILLAGE

Szabó Gábor – Koncz Gábor

Előadásunk alapját a falusi turizmus helyi gazdaságfejlesztésben betöltött szerepét vizsgáló kutatási projekt adja, amelynek vizsgálati területeként Bodony községet jelöltük ki. A település adottságai jó terepet biztosítanak a vidékiség értelmezéséhez köthető pozitív és negatív jelenségek vizsgálatához egyaránt. Ezek közül vizsgálatunk során elsősorban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy hogyan válhat a korábban mezőgazdasági jellegű település egy fenntartható turisztikai célponttá, miközben megőrzi kulturális örökségét és erősíti helyi identitását? A kutatás módszertani alapját az elérhető szekunder információk begyűjtését és áttekintését követően mélyinterjúk adták a turizmushoz köthető helyi szereplőkkel, majd életút-elbeszélések segítségével kaptunk értékes betekintést Bodony szellemi kulturális örökségébe, például a hagyományos szövés és népszokások világába. Kiemelt példaként említjük a bodonyi háziipart, amely jellegzetes szöveteiről ismert, valamint a helyi népzenei hagyományt. Az utóbbinak különös aktualitást biztosít, hogy Dr. Terék József „Erre, erre, erre muzsikálnak” című kötete 2025-ben jelent meg, amely 174 évnyi helyi népzenei hagyományt őriz meg. E kulturális értékek, a fejlődő turisztikai infrastruktúrával és a rendezvényhelyszínekkel – mint például a Szidónia Major – együtt jól mutatják, hogyan válhat az autentikus örökség a fenntartható falusi turizmus és a helyi gazdaságfejlesztés motorjává.

Kulcsszavak: turisztikai infrastruktúra, hagyományőrzés, fenntartható gazdaságfejlesztés, helyi identitás, vidéki életforma

JEL kód: Z32

Our presentation is based on a research project examining the role of rural tourism in local economic development, with Bodony village selected as the primary case study area. The settlement's characteristics provide an excellent setting for

exploring both the positive and negative phenomena associated with rurality. Within this framework, our central research question focused on how a formerly agriculture-based village can evolve into a sustainable tourist destination while preserving its cultural heritage and strengthening its local identity. The methodological foundation of the research consisted, after collecting and reviewing relevant secondary sources, of conducting in-depth interviews with key local stakeholders involved in tourism. These were complemented by life-history narratives, which offered valuable insights into Bodony's intangible cultural heritage, including traditional weaving practices and local customs. Notable examples include the Bodony Home Industry, renowned for its distinctive woven textiles, and the village's rich folk music traditions. The latter has gained particular significance with the publication in 2025 of Dr. József Terék's book "Erre, Erre, Erre muzsikálnak", which preserves 174 years of local folk music heritage. These cultural assets, combined with the development of tourism infrastructure and event venues—such as Szidónia Major—clearly demonstrate how authentic heritage can become a driving force for sustainable rural tourism and local economic development.

Keywords: tourism infrastructure, heritage preservation, sustainable economic development, local identity, rural lifestyle

JEL code: Z32

Szerzők

Szabó Gábor

hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Koncz Gábor

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

koncz.gabor@uni-mate.hu

KÖZÖSSÉGI BORMÁRKÁK FEJLESZTÉSE BORVIDÉKEINKEN

DEVELOPMENT OF COMMUNITY WINE BRANDS IN OUR WINE REGIONS

Szabó Géza

A pincészetek egyéni termék és márkafejlesztése mellett hazai borvidékeink egy részén közösségi összefogással is törekszenek olyan termékek létrehozására, amely közös arculattal jelennek meg a piacon, és több bortermelő összefogásával valósulnak meg. Ezek a törekvések növelik a borvidék ismertségét, valamint lehetőséget kínálnak a kisebb termelőknek is arra, hogy közösségi termékükkel piacra kerüljenek. A célhoz, hogy jól ismert, a borvidéket jellemző közösségi bormárkát fejlesszenek, többféle úton próbálnak elérni borvidékeink. Ám az eddigi próbálkozásokat áttekintve megállapítható, hogy hasonló csomópontjai vannak a fejlesztésnek. Közülük elsőként a fejlesztő közösség létrejötte emelhető ki. A helyi borászok egy kisebb (tucatnyinál kevesebb tagú) csoportjaitól, a 20-30 borászat összefogásával működőig terjed a skála. Mindegyik fejlesztő közösségnél jellemző, hogy sztenderdizálni szeretnék a közösségi terméket. Meghatározzák a borvidékre legjellemzőbb szőlőfajtát, szőlőfajtákat, a bortípushoz tartozó termesztési és feldolgozási technológiákat. Mindegyik közösségi bormárkánál megjelenik az érzékszervi minősítés és az egységes termék megjelenítés. Ez utóbbi a palack desing-ban domborodik ki leginkább. A közösségi bormárkák a fejlesztő közösség céljaihoz illeszkedve, jellegükben is elérnek egymástól. A fejlesztési törekvéseket látva kimondható, hogy az utóbbi időszakban a piac középső szegmensébe céloznak és viszonylag könnyed, gyümölcsös, alapvetően fehér borokat jelentenek. Ebben jó példák a Balatonbor, vagy a MyMátra immáron az áruházak polcain is megjelenő, könnyen felismerhető palackjai. Az előadás a hazai próbálkozások közül nyolcat vesz górcső alá és mutatja be a fejlesztés tapasztalatait.

Kulcsszavak: bor régiók, közösségi bormárka fejlesztés, bor marketing, trendek
JEL kód: Q13

In addition to developing their own products and brands, wineries in some of Hungary's wine regions are also working together to create products that are marketed under a common brand and produced by several wine producers. These efforts increase the visibility of the wine region and offer smaller producers the opportunity to market their community products. Our wine regions are trying to achieve the goal of developing a well-known community wine brand that is characteristic of the wine region in several ways. However, looking back at previous attempts, it can be concluded that there are similar points of convergence in the development. The first of these is the creation of a development community. The scale ranges from small groups of local winemakers (fewer than a dozen members) to collaborations of 20-30 wineries. They determine the grape variety or varieties most characteristic of the wine region, as well as the cultivation and processing technologies associated with the wine type. Each community wine brand features sensory evaluation and uniform product presentation. The latter is most evident in the bottle design. Community wine brands are aligned with the goals of the developing community and are similar in character. In view of the development efforts, it can be said that in recent years they have been targeting the middle segment of the market and represent relatively light, fruity, mainly white wines. Good examples of this are Balatonbor and MyMáttra, whose easily recognizable bottles are now appearing on store shelves. The presentation takes a close look at eight of the domestic attempts and presents the experiences of the development.

Keywords: wine regions, community brand development, wine market, wine marketing, trends

JEL code: Q13

Szerző

Dr. Szabó Géza

tanszékvezető egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és

Földtudományi Intézet Turizmus Tanszék

fg4t@gamma.ttk.pte.hu

FENNTARTHATÓ ÖRÖKSÉGTURIZMUS – EGYETEMI FEJLESZTÉSBŐL EMLÉKHELY

SUSTAINABLE HERITAGE TOURISM – FROM UNIVERSITY DEVELOPMENT TO MEMORIAL SITE

Szanati Angéla – Lukács Gábor

Az örökségturizmus középpontjában álló örökölt, fontos természeti vagy épített értékek szerepe mindig kiemelt jelentőségű a fejlesztések alapját képező döntésekben.

A megőrzésre, továbbadásra és felújításra szoruló értékek esetében a történelmi emlékművek felújításának költségei gyakran meghaladják a látogatói helyszínek későbbi nyereségtermelő képességéből várható befektetési megtérülést.

Szendrey Júlia szülőhelyén, Keszthelyen létrehozott emlékház példáján keresztül bemutatjuk a fenntartható fejlődés lépéseit, egy olyan örökségi helyszín létrehozásának és működtetésének tapasztalatait, amely harmonizál az egyetemi fejlesztésekkel, ugyanakkor nyitott a szélesebb közönség számára. A látogatóink körében végzett kérdőíves felmérés segítségével bemutatjuk a helyszínnel és az örökségturizmussal kapcsolatos véleményeket, meggyőződéseket és attitűdöket is.

Kulcsszavak: örökségturizmus, fenntarthatóság

JEL kód: Z39

The role of inherited, important natural or built values at the heart of heritage tourism is always of paramount importance in decisions that form the basis for developments.

In the case of values that need to be preserved, passed on, and renovated, the costs of renovating historical monuments often exceed the expected return on investment from the subsequent profit-generating capacity of the visitor sites.

Using the example of the memorial house established at the birthplace of Júlia Szendrey in Keszthely, we present the steps of sustainable development, the experiences of establishing and operating a heritage site that is in harmony with

university developments and at the same time open to a wider audience. Through a questionnaire survey conducted among our visitors, we also present opinions, beliefs, and attitudes related to the site and to heritage tourism.

Keywords: heritage tourism, sustainability

JEL codes: Z39

Szerzők

Szanati Angéla

egyetemi tanársegéd

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Agrár- és Élelmiszergazdasági
Intézet Agrárgazdaságtani és Agrárpolitikai Tanszék
szanati.angela@uni-mate.hu

Dr. Lukács Gábor

tanszékvezető egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Agrár- és Élelmiszergazdasági
Intézet Agrárgazdaságtani és Agrárpolitikai Tanszék
lukacs.gabor@uni-mate.hu

KÍNAI VIDÉKI TURIZMUS A GYORS MODERNIZÁCIÓ KORÁBAN

CHINESE RURAL TOURISM IN THE ERA OF RAPID MODERNIZATION

Szecsei Blanka

A tanulmány a kínai vidéki turizmus növekvő népszerűségét vizsgálja a gyors gazdasági fejlődés és urbanizáció társadalmi következményeinek összefüggésében. Kína rohamos modernizációja felgyorsította az életritmust, amelyhez a társadalom jelentős alkalmazkodóképességgel reagált. Ezzel párhuzamosan erősödik az igény a lassabb, autentikus élmények iránt, valamint a nemzeti identitás és a hagyományok újraértékelése. A korábban domináns nyugati mintákkal szemben egyre nagyobb teret nyernek a hagyományos kínai tevékenységek, amelyek a fiatalok körében is vonzóvá váltak. Jó példa erre a hanfu, a hagyományos viselet, amely mára önálló szubkulturaként működik, és amelyet a fiatal utazók vidéki turisztikai élményeik során is gyakran viselnek, ezzel is erősítve a kulturális örökség láthatóságát. Emellett a paraszociális kapcsolatok is hozzájárulnak a hagyományos értékek népszerűvé válásához. A kutatás célja feltárni, miként kapcsolódik össze a gyors és lassú életformák kettőssége a kínai társadalomban, valamint hogyan járul hozzá a vidéki turizmus az autentikus élmények iránti növekvő kereslet kielégítéséhez. A vizsgálat rávilágít arra, hogy a vidéki turizmus nemcsak a városi élet felgyorsulására adott válasz, hanem a nemzeti identitás újrafogalmazásának és az individualizáció térnyerésének is fontos terépe.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, fogyasztói magatartás, paraszociális kapcsolatok, értékek, nemzeti identitás, kulturális örökség

JEL kód: Z32, Z13, M31, M37

The study examines the growing popularity of Chinese rural tourism in the context of the social consequences of rapid economic development and urbanization. China's swift modernization has accelerated the pace of life, to which society has responded with remarkable adaptability. In parallel, there is a rising demand for slower, more authentic experiences, along with a renewed

appreciation of national identity and tradition. Traditional Chinese activities are gaining ground over previously dominant Western models and have become attractive to younger generations. A clear example is the hanfu, the traditional garment that has evolved into an independent subculture and is often worn by young travelers during rural tourism experiences, thereby enhancing the visibility of cultural heritage. Additionally, parasocial relationships also contribute to the increasing popularity of traditional values. The research aims to explore how the duality of fast and slow lifestyles intersects within Chinese society and how rural tourism contributes to meeting the growing demand for authentic experiences. The findings highlight that rural tourism is not only a response to the accelerated pace of urban life but also an important arena for redefining national identity and for the expansion of individualization.

Keywords: rural tourism, consumer behavior, parasocial relationships, values, national identity, cultural heritage

JEL codes: Z32, Z13, M31, M37

Szerző

Szecsei Blanka

Phd hallgató

Pécsi Tudományegyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola

szecsei.blanka@ktk.pte.hu

TURISZTIKAI MEGÚJULÁS – A SANTA MARIA DEL PIANO APÁTSÁG ÚJRAHASZNOSÍTÁSI TERVE

TOURISM RENEWAL – THE ADAPTIVE REUSE PLAN OF THE SANTA
MARIA DEL PIANO ABBEY

Szecsei Georgina

Olaszországban napjainkban egyre nagyobb problémát jelent a kisebb falvak elnéptelenedése, valamint az elhagyott épületek folyamatosan növekvő száma. E folyamat jól példázható a Santa Maria del Piano bencés apátsággal, amely az Orvinio és Pozzaglia Sabina közötti völgyekben található. Az épület a középkori építészet egyik öröksége, mely jelenleg romos állapotban áll. Az építészeti pályázat célja az ország gazdag történelmi és építészeti örökségének védelme és revitalizációja az adaptív újrafelhasználás eszközeivel. A felhívás célja az apátság épületének és közvetlen környezetének újjáélesztése, amely meditációs és jogaközpontként, valamint művészeti előadások és workshopok helyszínéül szolgálhatna a jövőben. A tervezett funkció az apátságot egyedülálló, spirituális és kulturális helyszínné alakítja. A koncepció középpontjában a fény és a természet integrációja, a helyi építészeti hagyományok tiszteletben tartása, valamint a fenntartható anyaghasználat áll. Az apátság így nemcsak történelmi emlékként, hanem új típusú turisztikai attrakcióként is értelmezhető, amely egyszerre szolgálja a spirituális feltöltődést, a kulturális örökség felfedezését és a vidéki turizmus élményalapú megújulását. A projekt példaként szolgál arra, miként válhat egy elhagyott épület olyan multifunkcionális terré, amely a mai utazók igényeire reagálva a múlt és a jelen közötti kapcsolatot turisztikai értéké formálja.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, revitalizáció, fenntartható tervezés, kulturális örökség, adaptív újrafelhasználás

JEL kód: Z39

In Italy today, the depopulation of small villages and the increasing number of abandoned buildings have become pressing issues. This process is exemplified by the Abbey of Santa Maria del Piano, located in the valleys between Orvinio

and Pozzaglia Sabina. The building, a remarkable heritage of medieval architecture, currently stands in ruins. The aim of the architectural competition is to protect and revitalize the country's rich historical and architectural heritage through adaptive reuse. The proposal envisions the revival of the abbey and its surrounding area, transforming it into a meditation and yoga center as well as a venue for artistic performances and workshops. The proposed function reimagines the abbey as a unique spiritual and cultural destination. The concept focuses on the integration of light and nature, respect for local architectural traditions, and the use of sustainable materials. Thus, the abbey is interpreted not only as a historical monument but also as a new type of tourist attraction—one that simultaneously promotes spiritual rejuvenation, the discovery of cultural heritage, and the experiential renewal of rural tourism. This project serves as an example of how an abandoned building can be transformed into a multifunctional space that responds to contemporary travelers' needs, turning the connection between past and present into a valuable touristic experience.

Keywords: rural tourism, revitalization, sustainable design, cultural heritage, adaptive reuse

JEL code: Z39

Szerző

Szecsei Georgina

DLA hallgató

Pécsi Tudományegyetem Műszaki és Informatikai Kar Breuer Marcell

Doktori Iskola

sz.georgina99@gmail.com

ÚJ VIDÉKI DESZTINÁCIÓK A PARTIUMBAN A MULTIKRÍZIS KORSZAKÁBAN

NEW RURAL DESTINATIONS IN PARTIUM IN THE AGE OF POLYCRISIS

Szilágyi Ferenc

A Covid-időszakban felértékelődtek a távoli, kis léptékű és elzárt helyek. A Partiumban ugyanez a mintázat rajzolódott ki, és új vidéki úticélok kerültek fel a térképre. Előadásunk 2019–2023 között közel ezer szálláshely-vállalkozás vállalati adataira (árbevétel, foglalkoztatás, termelékenység) támaszkodik. A válság évében a vizsgált öt megye területén 34%-os árbevétel- és 9%-os foglalkoztatás-visszaesést mértünk. 2023-ra a bevétel 50%-kal meghaladta a 2019-es szintet, miközben a munkahelyek száma 4%-kal alacsonyabb maradt. A kilábalás térben egyenlőtlen: észak (Máramaros, Szatmár) gyorsabban nőtt, mint a déli, nagy volumenű turizmussal jellemezhető megyék. A hegyvidéki és termál desztinációk húzóágazattá váltak. A periférikus falvak forgalma érezhetően élénkült. A román–ukrán határ közvetlen térségében a háborús bizonytalanság fékezte a növekedést, ugyanakkor a menekültek célzott programokon keresztül új funkciót adtak a szálláshelyeknek, és idővel munkaerőként is alternatívát jelentettek – nemcsak az északi határtérségben. Az elemzés azonosítja a mikrodesztinációkat és termék-niche-eket, amelyek a „multikrízisben” nyertesnek bizonyultak, és gyakorlati üzenete a célzott periféria-támogatás, a termékdiverzifikáció és a határon átnyúló együttműködés.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, mikrodesztinációk, Partium, reziliencia, Covid-19, termál- és hegyvidéki turizmus, határtérség, menekültek és munkaerő-átrendeződés

JEL kód: Z32; R11; R23

During the Covid period, remote, small-scale, secluded places gained new value. The same pattern emerged in Partium, with new rural destinations appearing on the map. Our talk draws on 2019–2023 firm-level data from nearly one thousand accommodation enterprises (turnover, employment, productivity). In

the crisis year, across the five counties studied we recorded a 34% fall in turnover and a 9% drop in employment. By 2023, turnover exceeded the 2019 level by 50%, while the number of jobs remained 4% lower. Recovery is spatially uneven: the north (Maramureş, Satu Mare) outpaced southern counties characterised by high-volume tourism. Mountain and thermal destinations became the main drivers of the rebound. Peripheral villages saw a marked revival in demand. In the immediate Romanian–Ukrainian border zone, war-related uncertainty slowed growth, yet targeted refugee programmes gave accommodation facilities new, temporary functions, and, over time, refugees also served as an alternative source of labour—not only in the northern borderlands. The analysis identifies the micro-destinations and product niches that proved resilient "winners" in the polycrisis, and argues for targeted peripheral support, product diversification, and cross-border cooperation.

Keywords: rural tourism, micro-destinations, Partium (North-West Romania), resilience, Covid-19, thermal and mountain tourism, border region, refugees and labour reallocation

JEL code: Z32; R11; R23

Szerző

Dr. Szilágyi Ferenc

egyetemi docens, dékán

Partiumi Keresztény Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
ferenc.szilagyi@partium.ro

MÚLT ÉS JÖVŐ TALÁLKOZÁSA A BARI TANYÁN

THE PAST AND THE FUTURE MEET AT THE BARI FARM

Tari Tünde

A Bari Tanya nem csupán falusi szálláshely. Jóval túlmutat a régi és új dolgok találkozásánál, a természet szereteténél és háztáji állatok bemutatásánál.

Bár kétségtelen egyre ritkább már a falusi turizmus keretein belül is valóban élő gazdaság, főleg háztáji állatokkal együtt élni. Itt kukorékol a kakas és nyerít a ló.

Nyári szünetben legfőképp táborok keretében mutatjuk meg a fiatal korosztálynak a józan paraszti ész fontosságát, legfőképp a mindennapi gyakorlati teendők közben, elfogadva a social media és AI térhódítását.

Legfontosabb érzelmeket ébreszteni, így lehet a természet tiszteletére és szeretetére tanítani az ifjú és kevésbé ifjú korosztályt is. Napjainkban egyre fontosabb a globális felelősségvállalásra nevelés. A legjobb tanítás a példa és a saját tapasztalás. Erre itt bőven ad lehetőséget a mindennapi teendők, etetés, takarítás, gondozás elvégzése, amibe a vendégek is örömmel csatlakoznak.

Rohanó világunkban teret kell nyújtani az elcsendesedésre, magunkhoz és őseinkhez való kapcsolódásra, lehetőleg a háborítatlan természetben.

Fontos szempont még a tudatos elmozdulás a minimalista lét irányába. Az ide érkezőknek ez először még nem igazán értelmezhető, de pár nap után megértik őseink bölcsességeit, (miután kaszáltak és daráltak a saját kezükkel a régi szerszámokkal). „A soknál több az elég!”, „ma örömmel, holnap körömmel”, „aki nem ad kalácsot, ne adjon tanácsot”, és még sorolhatnám.

Hogy előadásom hiteles és élvezhető legyen, rengeteg életképpel készülök, amivel át tudom adni a Bari Tanya hangulatát, eszmeiségét, végtelen elhivatott környezetvédelmi és szemléletformáló törekvéseit méltósággal tisztelegve őseink hagyatéka előtt.

Kulcsszavak: falusi turizmus, természet tisztelete és szeretete, elcsendesedés
JEL kód: Z32

Bari Tanya is not just a rural accommodation. It goes far beyond the encounter between old and new, the love of nature and the presentation of farm animals.

Although it is undoubtedly becoming increasingly rare to find a truly working farm within the framework of rural tourism, especially one where you can live alongside farm animals. Here, the rooster crows and the horse neighs.

During the summer break, we mainly use camps to show young people the importance of common sense, especially in everyday practical tasks, while accepting the spread of social media and AI.

It is important to awaken the most important emotions, so that both young and not-so-young people can be taught to respect and love nature. Nowadays, it is increasingly important to educate people about global responsibility! The best teaching methods are example and personal experience. Everyday tasks such as feeding, cleaning, and caring for animals provide ample opportunity for this, and guests are happy to join in.

In our fast-paced world, we need to make room for quiet reflection, for connecting with ourselves and our ancestors, preferably in peaceful natural surroundings.

Another important aspect is a conscious shift towards a minimalist lifestyle. Those who arrive here may not understand this at first, but after a few days they will understand the wisdom of our ancestors (after mowing and grinding with their own hands using old tools). "Enough is more than enough!" "Happy today, angry tomorrow." "He who does not give cake should not give advice." ... and I could go on.

To make my presentation authentic and enjoyable, I prepare a wealth of images that convey the atmosphere and ideology of Bari Tanya, as well as its endless dedication to environmental protection and awareness-raising. I pay tribute to the legacy of our ancestors with dignity.

Keywords: rural tourism, respect and love for nature, tranquility

JEL codes: Z32

Szerző

Tari Tünde

Bari Tanya tulajdonos

Bari Tanya Természet és Környezetvédelmi Egyesület

tundetari2@gmail.com

A BADACSONYI, DÉL-BALATONI BORÚT ÉS A BALATON TURIZMUSÁNAK SZINERGIÁJA

THE SYNERGY BETWEEN THE BADACSONY AND SOUTH BALATON WINE ROUTES AND TOURISM IN THE BALATON REGION

Udvariné Szablics Mária – Lőke Zsuzsanna – Kovács Ernő

A balatoni borturizmusnak az „Egész évben Balaton” koncepcióban kiemelt szerepe van, ami a főszezon meghosszabbításában, a kínálat szélesítésében és a területi koncentráció mérséklésében nyilvánul meg. A Balaton északi partja mindig is bortermő vidék volt, a déli parton ehhez képest rövid múltra tekint vissza a szőlőtermesztés. Vizsgálatunk helyszíne a Balaton két borvidéke: az északi partról a Badacsonyi borvidék és annak borútja, a déli partról a Balatonboglári borvidék, a Dél-Balaton Borúttal, hogy feltárjuk, milyen kölcsönhatásban állnak a frekvenciált balatoni turizmussal, mi a különbség és hasonlóság a két térség borturizmusa között. Amíg Badacsonyan a borturizmus a meghatározó, addig a déli parton a Zamárditól Balatonberényig 50 kilométer hosszan elterülő Balatonboglári borvidéknél kiegészítő szerepet kap. A Balatonboglári borvidék szőlőtermő területe háromszorosa a Badacsonyi borvidékének. Badacsonyan domináns az olaszrizling, szürkebarát és hungarikuma a Kéknyelű; a Dél-Balatonon a Chardonnay és az illatos fajták termesztése a meghatározó, de számottevőek a vörösbort adó fajták is. A badacsonyi és balatonboglári borturizmus közötti különbség elsődlegesen a koncentráltaságból adódik. Badacsonyan minden együtt van, míg a déli parton a Dél-Balaton Borút a nagyobb területi kiterjedés és a nyaraló vendégkör miatt más turisztikai kereslettel rendelkezik.

Kulcsszavak: borturizmus, Badacsony, Balatonboglári borvidék, borút, Balaton
JEL kód: L83

Wine tourism at Lake Balaton plays a key role in the "Balaton all year round" concept, which is reflected in the extension of the peak season, the broadening of the range of products on offer, and the reduction of regional concentration. The northern shore of Lake Balaton has always been a wine-growing region, while grape cultivation on the southern shore has a relatively short history. Our

study focuses on two wine regions of Lake Balaton: the Badacsony wine region and its wine route on the northern shore, and the Balatonboglár wine region and the South Balaton wine route on the southern shore, in order to explore how they interact with the popular Lake Balaton tourism and what the differences and similarities are between wine tourism in the two regions. While wine tourism is the dominant activity in Badacsony, it plays a complementary role in the Balatonboglár wine region, which stretches 50 kilometers from Zamárdi to Balatonberény on the southern shore. The Balatonboglár wine region has three times the vineyard area of the Badacsony wine region. In Badacsony, Olaszrizling, Szürkebarát and the rare Kéknyelű are dominant, while in South Balaton, Chardonnay and aromatic varieties are predominant, but red wine varieties are also significant. The difference between wine tourism in Badacsony and Balatonboglár is primarily due to concentration. In Badacsony, everything is together. On the southern shore, the South Balaton Wine Route has different tourist demand due to its larger area and holidaymakers.

Keywords: wine tourism, Badacsony, Balatonboglár wine region, wine route, Balaton

JEL code: L83

Szerzők

Dr. Udvariné Szablics Mária

kamarai tanácsadó

Dr. Lőke Zsuzsanna

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

loke.zsuzsanna@uni-mate.hu

Dr. Kovács Ernő

egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék

kovacs.erno@uni-mate.hu

„NYARALÁS VIDÉKEN” – TERMÉKFEJLESZTÉSI TRENDEK A NEMZETKÖZI GYAKORLATBAN

"HOLIDAYS IN THE COUNTRYSIDE" – PRODUCT DEVELOPMENT TRENDS IN INTERNATIONAL PRACTICE

Vargáné Csobán Katalin

A vidéki turizmus koncepciója és gyakorlati megvalósítása jelentősen megújult az elmúlt két évtizedben. A tömegturizmus alternatívájaként megjelenő rurális turisztikai termékek új minőséget képviselnek, melynek középpontjában a természeti környezet, a kulturális örökség és az ezekhez kapcsolódó élményteremtés áll. A nemzetközi gyakorlatban a vidéki desztinációk egyre növekvő számban veszik figyelembe a fenntartható turizmus elveit, ennek megfelelően népszerűbbé váltak a természetközeli szálláshelyek, a környezettudatos közlekedési eszközök, a „farm-to-table” típusú vendéglátóhelyek, valamint a helyi közösségek bevonásával kínált szolgáltatások, így például a helyi gasztronómiát bemutató rendezvények, illetve a természethez kötődő wellness-szolgáltatások (pl. erdei fürdőzés, jógatáborok stb.).

A digitális megoldások szerepe ugyancsak hangsúlyosabbá vált: okostelefonos applikációk integrálják a kisebb vidéki szolgáltatókat és segítik a helyi turisztikai attrakciók felfedezését. Előadásomban a meghatározó jelentőségű termékfejlesztési trendeket nemzetközi esettanulmányok alapján tekintem át. A vidéki turizmus nemzetközi fejlődési irányai azt mutatják, hogy a jövőben a versenyképes desztinációk azok lesznek, amelyek képesek összehangolni a fenntarthatóságot, a helyi identitás megőrzését és az élményközpontú szolgáltatásfejlesztést.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, termékfejlesztési trendek, digitális megoldások
JEL kód: Z32

The concept and practical implementation of rural tourism has undergone significant renewal over the past two decades. Rural tourism products, which have emerged as an alternative to mass tourism, represent a new quality, focusing on the natural environment, cultural heritage, and the experiences associated with

them. In international practice, rural destinations are increasingly taking into account the principles of sustainable tourism, and accordingly, nature-friendly accommodation, environmentally conscious means of transport, farm-to-table restaurants, and services offered with the involvement of local communities have become more popular. such as events showcasing local gastronomy and nature-based wellness services (e.g., forest bathing, yoga camps, etc.).

The role of digital solutions has also become more prominent: smartphone applications integrate smaller rural service providers and help visitors discover local tourist attractions. In my presentation, I will review the key product development trends based on international case studies. International trends in rural tourism show that in the future, competitive destinations will be those that are able to balance sustainability, preservation of local identity, and experience-focused service development.

Keywords: rural tourism, product development trends, digital solutions

JEL code: Z32

Szerző

Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin

adjunktus

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Vidékfejlesztés Regionális
Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

vargane.csoban.katalin@econ.unideb.hu

BOR- ÉS GASZTROTURIZMUS TRENDJEI A VILÁGON ÉS A MAGYAR VIDÉKEN

TRENDS IN WINE AND GASTRONOMIC TOURISM AROUND THE WORLD AND IN HUNGARY

Várhelyi Tamás

A bor- és gasztroturizmust egyre inkább összepárosítják a világon. Ennek oka, hogy a turisták meghatározó hányada komplex élményt keres, és ez elképzelhetetlen gasztronómia nélkül, ha jelentősebb időt töltünk egy borászatban. Így a trendek a világon és a magyar borvidékeken sok szempontból hasonlóak, bár a helyi jellegzetességek gyakran módosítják a kínálatot.

Az előadás keretében az amerikai és az európai borturizmus vezető desztinációinak tekinthető Napa völgy, illetve Bordeaux gyakorlatát tekintem át helyszíni tapasztalatok alapján. Természetesen tudni kell, hogy Kaliforniába több országból érkeztek borászok, így pl. ismertetni fogok egy olyan különleges helyszínt, ahol egy olasz kastélyt építettek fel.

Bordeaux esetén ki kell emelni, hogy az északabbi területek (Medoc) jellegükben is eltérnek a központi területektől (pl. Saint Emilion, Pomerol), és ez a kínálatban is megmutatkozik. Itt található a Tokajhoz leginkább hasonló francia terület, Sautern, ahol egy helyi promóciós irodát és egy kastélyt mutatok be.

Az előadás keretében a vidéki, termőhelyi vendéglátásra koncentrálok, olyan trendekre, amelyek itthon is jól használhatók. Emellett megemlítek jó példákat a hazai vidéki borturisztikai desztinációk legjobb gyakorlatából is.

Kulcsszavak: komplex élmény, bor- és gasztroturizmus, Bordeaux
JEL kód: Z39

Wine and gastronomic tourism are becoming increasingly intertwined around the world. The reason for this is that a significant proportion of tourists are looking for a complex experience, and this is unimaginable without gastronomy if we spend a considerable amount of time at a winery. Thus, trends around the world and in Hungarian wine regions are similar in many respects, although local characteristics often modify the offerings.

In this presentation, I will review the practices of Napa Valley and Bordeaux, which are considered leading destinations for American and European wine tourism, based on my on-site experiences. Of course, it is important to note that winemakers from several countries have come to California, so I will describe a special location where an Italian castle was built.

In the case of Bordeaux, it should be noted that the northern areas (Medoc) differ in character from the central areas (e.g., Saint Emilion, Pomerol), and this is also reflected in the offerings. This is where the French region most similar to Tokaj is located, Sautern, where I will present a local promotional office and a castle.

In my presentation, I will focus on rural hospitality in wine-growing regions and trends that can also be applied in Hungary. I will also mention some good examples of best practices from Hungarian rural wine tourism destinations.

Keywords: complex experience, wine and gastronomic tourism, Bordeaux

JEL code: Z39

Szerző

Dr. Várhelyi Tamás

főiskolai tanár

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Gazdaságtudományi Kar

Gazdaságtudományi Intézet

varhelyi.tamas@uni-eszterhazy.hu

AZ ÖRÖKSÉG JELENTŐSÉGE A TESTVÉRTELEPÜLÉSI KAPCSOLATOKBAN NAGYFÖDÉMES ÉS JÁNOSSOMORJA PÉLDÁJÁN

THE IMPORTANCE OF HERITAGE IN TWIN TOWN RELATIONSHIPS – THE EXAMPLE OF NAGYFÖDÉMES AND JÁNOSSOMORJA

Vincze Barbara

A kutatásom célja bemutatni az „örökség” mint kapocs szerepét Nagyfödemes és Jánossomorja között, amelyek testvértelepülési kapcsolatban állnak egymással 2004 óta. A dolgozatom fő kérdései arra irányulnak, hogy mit nevezhetünk a két település örökségének, és miként válik ez a történeti kapcsolat társadalmi és gazdasági partnerséggé. Előadásomban arra keresem a választ, hogy a múlt emlékei milyen módon formálják a mai közösségi identitást.

Kutatásom során primer és szekunder módszereket egyaránt alkalmaztam. Az eredmények azt mutatják, hogy az örökség nemcsak kulturális érték, hanem aktív tényező a közösségi együttműködésben. A kapcsolat hozzájárul a helyi identitás erősítéséhez és gazdasági lehetőségek megteremtéséhez.

Kulcsszavak: vidékfejlesztés, határon átnyúló kapcsolatok, örökség, testvértelepülés, lakosságcsere

JEL kód: R580

The aim of my research is to present the role of, "heritage" as a connection between Nagyfödemes and Jánossomorja, which have been twin towns since 2004. The main question of my thesis focuses on what can be considered the heritage of the two settlements and how this historical connection turns into a social and economic partnership. My work also seeks to answer how the memories of the past shape the community's identity today.

During the course of my research, I used both primary and secondary methods. In the secondary research, I analyzed literary sources and processed statistical data, which revealed the development of cooperation between the two towns. As a primary method, I conducted an in-depth interview with Erzsébet Száraz, who actively participated in building the relationship between the two

towns. The interview provided valuable information about the initial steps of the partnership and its current state.

The results show that heritage is not only a cultural value but also an active factor in community cooperation. The relationship contributes to strengthening local identity and creating economic opportunities. My thesis highlights that preserving and jointly cultivating the past is crucial for maintaining future partnerships and points to the potential directions in which this partnership may develop.

Keywords: rural development, cross-border relations, heritage, twin town, population exchange

JEL code: R580

Szerző

Vincze Barbara

Phd hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

vincze.bosza58@gmail.com

A HORGÁSZTURIZMUS FEJLESZTÉSE A SZAJOLI-HOLT-TISZÁN

DEVELOPMENT OF FISHING TOURISM ON THE SZAJOLI-HOLT-TISZA RIVER

Vincze Zsolt – Káposzta József – Urbánné Malomsoki Mónika

Szajol település Jász-Nagykun-Szolnok vármegyében a Szolnoki járás területén található község. A település több kedvező adottsággal is rendelkezik. Kutatásunkban a településen már egy megvalósult projektnek hatásait és hasznosságát vizsgáltuk. A projekttel kapcsolatos adatokkal és információkkal kapcsolatban felkeresésre került a Szajoli Polgármesteri Hivatal, Szöllősi József polgármester és Kökény József helyi horgászbolt tulajdonos. A projekt fókuszja a helyi gazdaságfejlesztésen volt, amelyben kiemelt szerepet kapott: a gazdaságfejlesztés keretében a turizmus és a turisztikai potenciál (térégi) erősítése, családi park létrehozása, valamint a fenntarthatóság. A projekt sikereknek örvend, mert az idelátogatók egyre gyakrabban igénybe veszik a projekt által nyújtotta lehetőségeket.

Kulcsszavak: Szajol, Európai Regionális Fejlesztési Alap, horgászturizmus, helyi gazdaságfejlesztés, innovatív, fenntartható

Jelkód: Z32, O18

Szajol is a village in the Szolnok district of Jász-Nagykun-Szolnok county. The village has several favorable conditions. In our research, we examined the effects and usefulness of a project that has already been implemented in the village. The Szajol Mayor's Office, Mayor József Szöllősi and local fishing shop owner József Kökény were contacted for data and information related to the project. The focus of the project was on local economic development, in which it was given a prominent role: strengthening tourism and tourism potential (regionally) within the framework of economic development, creating a family park, and sustainability. The project is a success because visitors are increasingly using the opportunities offered by the project.

Keywords: Szajol, European Regional Development Fund, fishing tourism, local economic development, innovative, sustainable

Jel codes: Z32, O18

Szerzők

Vincze Zsolt

Phd hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

zsoltivin2001@gmail.com

Dr. habil Káposzta József

egyetemi tanár

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

kaposzta.jozsef@uni-mate.hu

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki munkatárs

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható

Gazdaság Intézet Vidék- és Területfejlesztési Tanszék